BRIAN TRACY

THUẬT HÙNG BIỆN
SPEAK TO WIN

LÀM THẾ NÀO ĐỂ TỰ TIN DIỄN THUYẾT TRONG MỌI TÌNH HUỐNG?

Jessy *dịch*

alphabooks
NHÀ XUẤT BẢN THẾ GIỚI

Duong Kobo's Book Club

Tủ sách Kỹ thuật số
dành cho
Kindle & Kobo

SCAN TO JOIN

Lời giới thiệu
TỰ TIN DIỄN THUYẾT

Số phận có thể thay đổi từ việc thay đổi suy nghĩ; chúng ta sẽ trở thành người như chúng ta mong muốn, làm những điều chúng ta ao ước, khi suy nghĩ và thói quen của chúng ta tương xứng với những khao khát đó.

— ORISON SWETT MARDEN —

Khả năng diễn thuyết là yếu tố quan trọng dẫn đến thành công. Một người biết ăn nói sẽ được tôn trọng, đánh giá cao hơn trong công ty và dễ thu hút được sự chú ý của những người có thể giúp đỡ hoặc tạo cơ hội phát triển cho bạn. Khả năng diễn đạt tốt còn chứng tỏ cho mọi người thấy bạn thông minh và tài giỏi hơn những người không có khiếu ăn nói.

Tài sản lớn nhất của bạn chính là trí tuệ. Một trong những kỹ năng đáng quý nhất là khả năng tư duy tốt và thể hiện một cách rõ ràng, rành mạch. Kỹ năng này có thể giúp bạn được tăng lương và thăng cấp nhanh hơn bất kỳ kỹ năng nào khác. Hơn hết, cách duy nhất để bạn thể hiện hiểu biết chuyên sâu của mình về một lĩnh vực là biến suy nghĩ và ý tưởng của bạn thành lời nói hoặc văn bản. Khi bạn diễn đạt tốt, mọi người sẽ nói, "Anh ta thực sự biết mình đang nói gì".

Tin vui là trí tuệ của bạn cũng giống như các bó cơ. Nó trở nên khỏe khoắn và bền bỉ hơn qua quá trình vận động. Việc sắp xếp suy nghĩ và ngôn từ kỹ càng trước khi nói sẽ giúp bạn có ý thức và cẩn thận hơn về những điều bạn sắp nói và cách bạn diễn đạt chúng. Việc lên kế hoạch, chuẩn bị và truyền tải lời nói cho bài thuyết trình sẽ khiến bạn sử dụng khả năng tư duy ở cấp độ cao

hơn, và dĩ nhiên cũng sẽ giúp bạn thông minh hơn.

Loại bỏ sợ hãi và tăng tốc trong sự nghiệp

Vài năm trước, tôi tổ chức một cuộc hội thảo trong một ngày về cách điều hành hiệu quả cho một nhóm doanh nhân. Trong suốt bài diễn thuyết, tôi luôn nhấn mạnh tầm quan trọng của khả năng diễn đạt và thuyết phục người khác trong công việc kinh doanh.

Vào cuối ngày, một doanh nhân có vẻ ngại ngùng bước đến và nói với tôi rằng nhờ có những lời khuyên của tôi, anh ta đã quyết định học cách để trở thành người giỏi ăn nói. Anh ta quá mệt mỏi vì bị cấp trên từ chối và loại ra khỏi danh sách được thăng cấp.

Một năm sau đó, tôi nhận được bức thư của anh ta kể về câu chuyện của mình. Anh ta đã tham gia một nhóm Toastmasters[1] và đến các buổi gặp mặt hằng tuần. Trong mỗi buổi đó, từng thành viên sẽ đứng lên và nói về vài chủ đề và được cho điểm vào cuối buổi.

[1]. Toastmasters tên gọi đầy đủ là Toastmasters International, một tổ chức phi lợi nhuận quốc tế nhằm mục đích giúp các thành viên nâng cao kỹ năng giao tiếp và lãnh đạo thông qua việc nói trước đám đông.

Toastmasters sử dụng liệu pháp "gây tê có hệ thống[2]", nghĩa là khi bạn làm đi làm lại một điều gì, bạn sẽ không còn nhạy cảm với nó nữa. Khi bạn thường xuyên nói trước nhiều người, dần dần bạn sẽ không còn sợ và ngại nữa.

[2]. Systematic desensitization: một liệu pháp tâm lý khắc phục nỗi sợ hãi và rối loạn lo âu khác.

Anh ta cũng tham gia khóa học Dale Carnegie[3] trong 14 tuần. Trong mỗi buổi học, anh ta đều phải nói trước nhóm. Trong vòng sáu tháng, anh ta đã có rất nhiều bài thuyết trình và không còn sợ nói trước đám đông nữa. Anh ta đã tự tin hơn nhiều về khả năng diễn thuyết của mình trước mọi người.

[3]. Dale Carnegie là tên các chương trình đào tạo của Dale Caregie nhằm giúp các nhà lãnh đạo cải thiện những kỹ năng cần thiết.

Cánh cửa dành cho bạn

Sau đó, anh ta tiếp tục kể cho tôi câu chuyện về một tình huống

khẩn cấp ở công ty để chứng minh cho sự thay đổi của mình. Hôm đó, một đồng nghiệp của anh ta có lịch giới thiệu sản phẩm với khách hàng nhưng người này đột nhiên bị ốm và không thể có mặt ở cuộc họp. Giám đốc gọi cho anh ta và hỏi xem liệu anh ta có thể thuyết trình thay vào sáng hôm sau được không. Anh ta đã nhận lời ngay.

Anh ta miệt mài chuẩn bị tài liệu suốt đêm. Sáng hôm sau, anh ta đến văn phòng của khách hàng, và có một bài giới thiệu tuyệt vời về dịch vụ của công ty và đã thỏa thuận ký được hợp đồng làm ăn đó. Khi về văn phòng, vị giám đốc nói lại với anh ta rằng khách hàng vừa gọi và cảm ơn vì bài thuyết trình rất ấn tượng.

Từ đó, anh ta được tin tưởng cử đi gặp khách thường xuyên hơn. Anh ta được thăng cấp liên tục và nhanh chóng trở thành quản lý cấp cao và đang phấn đấu trở thành cổ đông của công ty. Anh ta nói với tôi rằng cuộc sống của anh ta đã hoàn toàn thay đổi từ khi quyết định trở thành một người giỏi ăn nói và theo nó đến cùng với những hành động cụ thể.

Tăng sự tự tin của bạn

Trở thành một người giỏi ăn nói sẽ có ích cho bạn trong mọi công việc. Tuy nhiên, lý do quan trọng hơn để cải thiện kỹ năng nói trước đám đông là tăng sự tự tin cho bạn. Các nhà tâm lý học đã chứng minh rằng mức độ tự tin hay yêu quý bản thân quyết định phần lớn đến chất lượng cuộc sống của bạn.

Khả năng diễn đạt và thuyết phục càng tốt thì bạn càng hài lòng về bản thân. Điều này tỷ lệ thuận với sự lạc quan cũng như tự tin của bạn hay thái độ tích cực, dễ chịu với mọi người xung quanh. Bạn cũng sẽ vui vẻ, thoải mái hơn khi làm bất cứ việc gì.

Cải thiện hình ảnh cá nhân

Khi có thể nói năng lưu loát, hiệu quả, hình ảnh cá nhân của bạn cũng sẽ được cải thiện. Nó giống như tấm gương phản chiếu con người bên trong của bạn, là cách bạn nhìn nhận bản thân, nghĩ về bản thân trong bất kỳ hoàn cảnh nào. Hình ảnh cá nhân càng tích cực, bạn càng có cơ hội thể hiện bản thân. Việc hình dung trước những gì bạn sắp làm trong bất kỳ tình huống nào sẽ giúp bạn thể hiện tốt hơn.

Chúng ta đều nhạy cảm với suy nghĩ, cảm xúc và đặc biệt là sự tôn trọng của mọi người. Somerset Maugham[4] từng viết, “Tất cả những gì chúng ta làm trong cuộc sống chỉ để đổi lấy sự tôn trọng

của người khác, hay chí ít, không để mất đi nó". Vì vậy, khi có kỹ năng biểu đạt tốt, mọi người sẽ quý mến và tôn trọng bạn hơn; và bạn cũng sẽ tự hào và trân trọng bản thân hơn. Khi mọi người phản hồi tốt về cách ăn nói của bạn, hình ảnh của bạn sẽ được cải thiện. Bạn sẽ nhìn nhận và suy nghĩ về bản thân một cách tích cực hơn. Mọi người cũng sẽ cảm nhận được năng lực thực sự của bạn. Bạn có thể bước đi, nói năng và hành động tự tin hơn rất nhiều.

4. W. Somerset Maugham (1874-1965): nhà soạn kịch, nhà văn người Anh, một trong những tác giả nổi tiếng đương thời.

Kỹ năng nói lưu loát có thể học được

Tin vui cho bạn là việc nói trước đám đông là một kỹ năng có thể học được. Hầu hết các diễn giả hàng đầu hiện nay đều từng có lúc không biết nói gì khi đứng ở bốt điện thoại. Rất nhiều người tự tin, dõng dạc trước công chúng cũng từng sợ phải nói trước đám đông.

Mục tiêu của bạn là nằm trong 10% số người tự tin đó và luôn tự nhắc mình rằng 10% số diễn giả thành công vốn đều là những người sợ nói nhất. Để làm tốt một việc, bạn cần trải qua những lúc tồi tệ với nó, giống như Harv Eker[5] từng nói, "Mỗi chuyên gia đều từng một lần gây ra thảm họa".

5. T. Harv Eker (1954): một tác giả, diễn giả và doanh nhân được biết đến với các lý thuyết về sự giàu có và động lực phát triển.

Bạn cũng có thể từng nghe "Có công mài sắt, có ngày nên kim", hay phải làm thật tốt mới có kết quả tốt. Tuy nhiên, thực tế là có mắc lỗi mới có thể đạt được kết quả ưng ý.

Trên con đường trở thành một diễn giả thành công, bạn sẽ mắc rất nhiều lỗi lớn nhỏ. Bạn sẽ thường xuyên lo lắng và thiếu sót. Bạn có thể nói sai hoặc quên mất phải nói gì. Bạn cũng có thể tự dưng nói lí nhí, nói vấp hay thậm chí không biết điềumình đang nói là đúng hay sai.

Ra khỏi vùng an toàn

Để đạt được thành công trong lĩnh vực diễn thuyết hay bất kỳ lĩnh vực nào khác, bạn cần bước ra khỏi vùng an toàn và chấp nhận thử thách. Bạn cần sẵn sàng đối mặt với sự vụng về, lúng túng trong thời gian luyện tập nếu muốn đạt được trình độ cao hơn.

Chắc bạn vẫn còn nhớ câu chuyện về nhà hùng biện người Hy Lạp,

Demosthenes[6], một trong những diễn giả nổi tiếng nhất vào thời cổ đại. Khi mới bắt đầu, ông luôn lo lắng, ngại ngùng và gặp rắc rối vì tật nói lắp và sợ nói của mình. Nhưng sau đó, ông vẫn quyết tâm trở thành một diễn giả. Để vượt qua khó khăn, ông ngậm sỏi và đứng trước biển nói thật lớn hàng giờ mỗi ngày. Ông dần sửa được tật nói lắp và vượt qua nỗi sợ phát ngôn. Giọng ông cũng lớn hơn, mạnh hơn và tự tin hơn. Cuối cùng, ông đã trở thành nhà hùng biện vĩ đại trong lịch sử.

[6]. Demosthenes (384–322 TCN): một chính khách nhà hùng biện nổi tiếng người Hy Lạp cổ đại.

Nếu bạn đang bắt đầu hành trình trở thành diễn giả chuyên nghiệp, cuốn sách này sẽ giúp cho bạn đi nhanh hơn trên con đường đó một cách tự tin, quyết tâm và rõ ràng. Nếu đã là một diễn giả có kinh nghiệm, bạn sẽ học được nhiều hơn về kỹ thuật, chiến thuật và phương pháp để trở thành diễn giả nổi tiếng trong giới kinh doanh, chính trị hay trong cuộc sống cá nhân của bạn.

Bốn tiêu chí để diễn thuyết xuất sắc (4 Ds)

Để trở thành diễn giả tài ba, bạn cần có đầy đủ bốn tiêu chí sau (4 Ds):

1. Mong muốn (Desire). Trước hết bạn cần tập trung, thổi bùng ham muốn có kỹ năng nói tốt. Nếu mong muốn của bạn đủ lớn và đủ kiên trì, không gì có thể ngăn cản bạn đạt được mục tiêu của mình. Tuy nhiên, chỉ ước mong thôi chưa đủ.
2. Quyết định (Decision). Hằng ngày bạn phải đưa ra quyết định rằng bạn sẽ thật cố gắng, nỗ lực vượt qua các trở ngại và làm bất cứ việc gì để cải thiện kỹ năng nói.
3. Nguyên tắc (Discipline). Bạn cần có nguyên tắc riêng cho việc lên kế hoạch, chuẩn bị và truyền tải bài nói cũng như bài thuyết trình đến người nghe, lặp đi lặp lại nó nhiều lần cho thật lưu loát. Không có lối tắt cho việc phát triển những kỹnăng thiết yếu.
4. Quyết tâm (Determination). Cuối cùng, bạn cần phải quyết tâm, kiên trì dù có gặp bất cứ thất bại, trở ngại nào, hay thậm chí là những tình huống xấu hổ, dở khóc dở cười.

Giới hạn duy nhất chính là bản thân bạn

Kẻ thù lớn nhất của chúng ta luôn là sự nghi ngại và nỗi sợ hãi. Không có bất cứ giới hạn nào cho những gì bạn có thể làm, sở hữu hay có thể trở thành, ngoại trừ giới hạn bạn tự đặt ra cho chính

mình.

Trong nhiều năm, tôi đã có hơn 4000 bài thuyết trình và diễn thuyết trước hơn năm triệu người trên 46 quốc gia. Trong các phần tiếp theo, tôi sẽ chỉ cho bạn từng bước để trở nên can đảm, tự tin và trau dồi nhiều kỹ năng hơn để diễn thuyết thành công trong mọi tình huống.

Chương 1
NGHỆ THUẬT NÓI VÀ HÙNG BIỆN

Tất cả nỗ lực hùng biện của ông đều phục vụ cho những mục đích nhất định. Ông không bao giờ nói chỉ để được nghe.

— **ABRAHAM LINCOLN** —
trong bài điếu văn cho Henry Clay

Lịch sử chứng minh rằng một bài nói hiệu quả từ một cá nhân có thể thuyết phục được nhiều người. Tương tự vậy, mục đích của việc nói trước công chúng là tạo ra hành động, nếu không có lời nói của diễn giả, hành động đó sẽ chẳng bao giờ xảy ra. Ví dụ như khi Demosthenes phát biểu, mọi người nói, "Thật là một diễn giả tài ba"; nhưng khi Alcibiades[7] nói, mọi người sẽ hô hào nhau, "Cùng tiến lên nào!".

7. Alcibiades (450-404 TCN): một chính khách, nhà hùng biện và là vị tướng nổi tiếng người Hy Lạp cổ đại.

Là một diễn giả, công việc của bạn là dùng lời nói để tạo động lực và khuyến khích người nghe suy nghĩ, cảm nhận và hành động khác đi. Việc này sẽ khiến họ hành động bằng cách này hay cách khác, thúc đẩy họ "tiến lên".

May mắn là việc trở thành bậc thầy diễn thuyết hay diễn giả trong giới kinh doanh là kỹ năng có thể học được. Nếu bạn có thể học lái xe, đánh máy hay sử dụng điện thoại, bạn cũng có thể trở thành một diễn giả chuyên nghiệp, tài ba và thay đổi không chỉ cuộc sống của bạn mà còn có thể mang đến sự thay đổi cho chính

những khán thính giả của bạn.

Ba yếu tố của sự thuyết phục

Aristotle là triết gia lớn đầu tiên nhận ra tầm quan trọng của nghệ thuật hùng biện như một công cụ thiết yếu của nhà lãnh đạo. Ông chia các yếu tố chính yếu của sự thuyết phục ra làm ba phần: logos (logic), ethos (đạo đức), pathos (cảm xúc). Hãy cùng tìm hiểu về chúng.

Khía cạnh thứ nhất là logos. Logos là sự logic, là lời nói và lý do bạn đưa ra trong lời biện luận của mình. Điều quan trọng là tất cả những gì bạn đưa ra phải liên kết với nhau như các mắt xích hay miếng ghép để tạo nên những câu nói hoặc lập luận có nghĩa. Khi suy nghĩ về những gì sắp nói, bạn sắp xếp các ý thành hệ thống từ tổng quan đến chi tiết, từ mở đầu đến kết luận, ý sau kết hợp với ý trước để tạo thành lập luận thuyết phục.

Khía cạnh thứ hai là ethos. Nó thể hiện tính cách, nhân phẩm và niềm tin khi bạn nói. Gia tăng uy tín trước và sau bài diễn thuyết sẽ khiến người nghe dễ chấp nhận lập luận và làm theo lời khuyên của bạn.

Khía cạnh thứ ba là pathos, phần cảm xúc trong lập luận của bạn và có thể cũng là phần quan trọng nhất. Đó là khi bạn sử dụng yếu tố cảm xúc để kết nối với người nghe, tạo động lực để họ thay đổi suy nghĩ và bắt đầu hành động.

Cả ba yếu tố logos, ethos và pathos đều cần được vận dụng cùng lúc để làm lay động và thuyết phục người nghe theo quan điểm của bạn.

Ba thành phần tạo nên thông điệp của bạn

Vài năm trước, Albert Mehrabian[8] từ Đại học California, Los Angeles (UCLA) đã tiến hành một chuỗi các nghiên cứu về giao tiếp hiệu quả. Ông kết luận rằng có ba thành phần tạo nên một thông điệp bằng lời nói: ngôn từ, ngữ điệu và ngôn ngữ cơ thể của người nói.

[8]. Albert Mehrabian (1939): giáo sư Tâm lý học ở trường Đại học California, Los Angeles, được biết đến qua các ấn phẩm về tầm quan trọng của các thông điệp ngôn từ và phi ngôn từ.

Ngôn từ

Điều đáng ngạc nhiên là theo Mehrabian, ngôn từ là thành phần chỉ chiếm 7% trong thông điệp ngôn ngữ. Dĩ nhiên từ ngữ bạn dùng phải thực sự đắt giá và cần được chọn lựa kỹ lưỡng. Chúng cần được sắp xếp theo trình tự và đúng ngữ pháp. Tuy nhiên, người nghe sẽ nhanh cảm thấy nhàm chán nếu một diễn giả chỉ nói đều đều dù bài thuyết trình đó ý nghĩa đến thế nào. Vì vậy, chỉ mình ngôn từ thôi là chưa đủ.

Ngữ điệu

Yếu tố thứ hai trong giao tiếp là ngữ điệu. Theo tính toán của ông thì 38% thông điệp của diễn giả được tạo nên từ ngữ điệu và cách nhấn mạnh vào các từ quan trọng.

Ví dụ như câu nói "Anh yêu em nhiều lắm!". Nếu bạn nhấn mạnh vào bất kỳ từ nào trong câu đó hoặc biến nó thành câu hỏi, ý nghĩa của toàn bộ câu nói sẽ thay đổi. Cứ thử mà xem. Hãy dùng ngữ điệu để thể hiện sự chân thành trong lời nói hay câu hỏi của bạn. Lưu ý rằng ngữ nghĩa có thể hoàn toàn thay đổi khi bạn nhấn mạnh vào một từ nào đó.

Phái mày râu ai cũng từng một lần tranh cãi với người phụ nữ của mình về những việc hết sức bình thường. Đó là bởi vì nam giới thường có xu hướng sử dụng lời nói như một công cụ, còn phụ nữ sử dụng chúng để thấu hiểu và xây dựng mối quan hệ, họ nghe và hiểu một từ theo nhiều nghĩa khác nhau. Ví dụ, phụ nữ có thể giận dữ hoặc bị tổn thương khi nghe một câu nói, trong khi người phát ngôn vẫn có thể vô tư trả lời, "Nhưng anh chỉ nói thế này thôi mà".

Và dĩ nhiên, sau đó cô ấy sẽ bực tức trả lời, "Vấn đề không phải là anh nói gì, mà là cách anh nói".

Chỉ cần thay đổi ngữ điệu, bạn sẽ có thể thay đổi toàn bộ thông điệp và những ảnh hưởng của nó đối với người nghe.

Ngôn ngữ cơ thể

Mehrabian cũng chỉ ra rằng 55% thông điệp còn lại nằm trong ngôn ngữ cơ thể của người nói, vì số dây thần kinh từ mắt đến não nhiều hơn gấp 22 lần số dây thần kinh từ tai đến não.

Chính vì vậy, ấn tượng thị giác có tác động rất mạnh mẽ.

Chú ý phong cách giao tiếp của bạn

Người giao tiếp thông minh thường chú ý đến ảnh hưởng ngôn ngữ hình thể của mình lên sự tiếp nhận thông điệp họ muốn truyền tải.

Khi bạn thả lỏng hai tay dọc bên người, lòng bàn tay úp vào hông, nhìn thẳng vào người nghe và mỉm cười khi nói, khán giả của bạn sẽ cảm thấy thoải mái và dễ dàng tiếp thu thông điệp. Nếu bạn giữ vẻ mặt nghiêm trọng, không cười, khoanh tay hoặc giữ chặt lấy bục thuyết trình, người nghe sẽ cảm thấy bạn giống như một vị phụ huynh đang tức giận mắng mỏ họ. Họ sẽ có tâm lý đề phòng và không tiếp nhận thông điệp của bạn; mọi nỗ lực thuyết phục họ suy nghĩ và hành động theo cách bạn muốn cũng sẽ thất bại. Vì vậy, ngôn ngữ cơ thể là rất quan trọng đấy!

Bởi vì tôi đã từng diễn thuyết rất nhiều lần trước đám đông, nên mọi người rất hay nhờ tôi nhận xét về bài nói hay bài thuyết trình của họ trong các buổi hội thảo. Tôi thường cố gắng không đưa ra lời phê bình, vì mọi người thường sẽ rất nhạy cảm với những lời nhận xét không mang tính đóng góp và không tích cực. Thay vào đó, thật ngạc nhiên là tôi rất hay đưa ra cùng một lời khuyên cho rất nhiều người: "Nói chậm lại, dừng lại và mỉm cười ở các dấu câu và giữa các câu".

Điều đáng ngạc nhiên nữa là rất nhiều diễn giả làm theo lời khuyên này và ngay lập tức nhận ra sự thay đổi đáng kể về phản ứng của người nghe. Khi bạn nói chậm lại, lời nói sẽ rõ ràng hơn; ngữ điệu của bạn cũng nhịp nhàng, dễ nghe hơn. Và khi bạn cười, bạn sẽ truyền cho người nghe cảm giác ấm áp, thân thiện và dễ được chấp nhận. Những điều này làm cho người nghe của bạn thoải mái và cởi mở hơn với thông điệp của bạn. Chúng ta sẽ nói về vấn đề này rõ hơn ở Chương 8.

Cấu trúc đơn giản cho bài phát biểu ngắn

Đây là cấu trúc ba phần đơn giản bạn có thể dùng cho mọi bài nói. Bạn có thể dùng nó cho bài thuyết trình kéo dài một phút hoặc 30 phút.

Phần 1

Phần mở đầu. Trong phần này, bạn truyền đạt thật đơn giản cho người nghe biết bạn chuẩn bị nói gì. Ví dụ, bạn có thể nói: "Cảm ơn mọi người đã có mặt ở đây. Hôm nay, tôi muốn nói với các bạn ba vấn đề mà ngành chúng ta đang phải đối mặt vàđiều chúng ta có thể làm để biến chúng thành lợi thế của mình trong vài tháng

tới".

Đoạn mở đầu này sẽ giúp cho người nghe có sự chuẩn bị trước để tiếp nhận thông tin và giúp bạn bám sát được lộ trình bài nói.

Phần 2

Ở phần này, bạn sẽ trình bày chi tiết những gì bạn đã nói ở phần một. Nó có thể bao gồm một, hai hoặc ba ý. Nếu là bài nói ngắn, sẽ có ba điểm chính được diễn giải theo trình tự nhất định. Ví dụ, bạn có thể nói: "Chúng ta đang đối mặt với sự cạnh tranh trên thị trường ngày càng gay gắt, mức lợi nhuận giảm và thị hiếu của khách hàng thay đổi. Chúng ta cần tìm hiểu kỹ từng vấn đề, sắp xếp và cân nhắc phương án hiệu quả để xử lý chúng".

Phần 3

Đây là phần tổng hợp lại những gì bạn vừa nói. Đừng nên hy vọng người nghe sẽ nhớ tất cả chỉ sau một lần bạn nói. Hãy tổng hợp và nhắc lại những gì hữu ích và thú vị nhất. Ví dụ, bạn có thể nói:

Tóm lại, để giải quyết tình trạng thị trường ngày một cạnh tranh, chúng ta phải cải thiện chất lượng dịch vụ, sản phẩm và tăng tốc độ vận chuyển đến người tiêu dùng. Để xử lý sự bão hòa của thị trường, chúng ta cần mở rộng thị trường mới và tăng lượng mặt hàng bán ra để thu hút người tiêu dùng. Để thích ứng với sự thay đổi thị hiếu, chúng ta cần phải phát triển và định vị sản phẩm khách hàng mong muốn trong thời điểm hiện tại hơn là tập trung vào nhu cầu của họ trong quá khứ. Nếu các bạn cam kết thực hiện các phương án trên, chúng ta sẽ không chỉ tồn tại mà còn có thể phát triển hơn thế trong thời gian tới. Xin cảm ơn.

Nói cũng là một công việc

Peggy Noonan, người ghi chép cho Ronald Reagan từng viết, "Mỗi bài nói đều là một công việc".

Một trong những việc quan trọng cần làm trước khi nói là suy nghĩ kỹ mọi thứ từ đầu đến cuối. Xác định mục đích bài nói. Tự đặt ra "câu hỏi trọng tâm" là gì: "Nếu người nghe được phỏng vấn sau bài diễn thuyết rằng: 'Bạn rút ra được gì sau bài diễn thuyết và bạn sẽ thay đổi theo nó chứ?', bạn muốn khán giả của mình nói điều gì?" Mọi thứ bạn nói, từ phần mở đầu đến nội dung và kết luận cần nhằm vào một mục đích nhất định.

Khi làm việc với khách hàng, tôi thường hỏi họ về "câu hỏi trọng

tâm", tại sao họ mời tôi đến diễn thuyết và điều họ muốn nhận được là gì. Sau khi thảo luận và thống nhất chính xác người nghe muốn gì, nghĩ gì, cảm nhận thế nào và sẽ hành động như thế nào, tôi mới bắt đầu bài nói của mình. Khi mọi thứ đã rõ ràng, tôi mới bắt đầu xây dựng bài nói hay buổi hội thảo từ đầu đến cuối để đảm bảo đạt được kết quả như mong muốn. Bạn cũng có thể làm như vậy.

Cấu trúc phức hợp cho bài nói dài hơn

Để chuẩn bị một bài nói dài, bạn cần sử dụng cấu trúc phức tạp hơn. Nó đòi hỏi phải theo sát tám bước được trình bày sau đây:

1. Mở đầu. Mục đích của phần mở đầu là thu hút sự chú ý của khán giả, tạo kỳ vọng và hướng sự tập trung của người nghe về phía diễn giả. Mọi thứ sẽ rất vô nghĩa khi bạn nói mà không ai chú ý nghe.
2. Giới thiệu. Đây là phần đưa ra chủ đề bạn muốn nói và giải thích tầm quan trọng của nó.
3. Luận điểm đầu tiên. Bắt đầu vào nội dung chính. Luận điểm đầu tiên sẽ được đưa ra và truyền tải nội dung bạn đã đề cập ở phần 2.
4. Chuyển ý sang luận điểm tiếp theo. Bạn cần có dấu hiệu để thể hiện rõ là đã kết thúc ý đầu và đang chuyển sang ý tiếp theo. Việc chuyển ý là cả một nghệ thuật.
5. Luận điểm thứ hai. Luận điểm này cần được trình bày hợp logic với luận điểm trước.
6. Chuyển ý. Cũng giống như ở bước 4, bạn cần làm cho người nghe hiểu rõ rằng bạn đang chuyển sang ý mới.
7. Luận điểm thứ ba. Luận điểm này cần chuyển tiếp, kết nối tự nhiên với hai luận điểm đầu và chuyển dần về phần kết luận.
8. Tổng kết. Đây là phần bạn đưa ra kết luận và kêu gọi hành động.

Ở Chương 2, bạn sẽ được học cách sắp xếp và phát triển một bài nói để có thể đạt được những mục tiêu trên theo đúng trình tự.

Để trau dồi kỹ năng nói hiệu quả, cách duy nhất là luyện tập hằng ngày, đặc biệt là luyện nói to. Qua nhiều năm, tôi đã nghehàng trăm bài nói của các chuyên gia và những người mới bắt đầu, và bạn có thể biết được khi nào họ có chuẩn bị, khi nào không.

Phong thái và ngoại hình khi nói

Tác giả nổi tiếng Elbert Hubbard[9] từng được hỏi làm thế nào để có thể trở thành một nhà văn. Ông nói, "Cách duy nhất để học viết là viết, viết, viết và viết".

9. Elbert Green Hubbard (19/6/1856-7/5/1915): nhà văn, chủ bút, nghệ nhân và triết gia người Mỹ. Ông được biết tới nhiều nhất như là người sáng lập ra cộng đồng nghệ nhân Roycroft tại East Aurora, New York. Trong các tác phẩm của ông, được biết tới nhiều nhất là chín tập Những chuyến thăm ngôi nhà của những người vĩ đại và truyện ngắn Thông điệp tới Garcia.

Cũng như vậy, để luyện nói, cách duy nhất là nói, nói, nói và nói. Học nói cũng như học các kỹ năng khác, đòi hỏi phải luyện tập thường xuyên cho đến khi bạn đủ khả năng để giao tiếp và thuyết phục người khác.

Một trong những cách tốt nhất để cải thiện phong cách ngôn ngữ và khả năng diễn đạt là ngâm thơ. Học thuộc một bài thơ mà bạn thích, sau đó học ngâm thật nhiều lần. Luôn nhớ tập trung năng lượng và cảm xúc vào giọng nói. Đa dạng hóa âm điệu, ngữ điệu và có điểm nhấn. Tưởng tượng rằng bạn đang diễn thử một vai trong bộ phim có thể khiến bạn nổi tiếng và giàu có.Ngâm từng câu thơ thật truyền cảm như bạn đang truyền cảm xúc và nhiệt huyết của mình sang người nghe.

Khi đọc một bài thơ hay, bạn không chỉ biết cách nói mà còn học được cách sử dụng từ ngữ đa dạng, làm tăng hiệu quả lời nói của mình. Nguyên tắc là: mọi người sẽ quên những gì bạn nói, nhưng họ sẽ nhớ cách bạn diễn đạt. Chỉ cần thay đổi cách nhấn nhá câu chữ, bạn sẽ tạo ra một bản hòa tấu cho bài nói của mình và người nghe sẽ dễ dàng nắm bắt thông điệp của bạn.

Cách luyện tập khác là đọc các tác phẩm của Shakespeare, đặc biệt các tác phẩm độc thoại nổi tiếng như Hamlet, Macbeth,Julius Caesar và Romeo và Juliet. Chúng sẽ giúp bạn mở rộng vốn từ và khả năng hùng biện của mình.

Học từ người khác

Một trong những cách tốt nhất để cải thiện kỹ năng nói là học hỏi từ những diễn giả khác. Và nhớ ghi chú lại. Bạn cần quan sát dáng đi, giọng nói và cử chỉ của họ; nắm bắt cách họ mở đầu bài nói, chuyển ý, đưa ví dụ, mô tả, khiếu hài hước và cách kết luận, tóm tắt lại ý chính cho người nghe.

Tổng hợp lại những gì bạn quan sát được từ đầu đến cuối bài nói

thành một danh sách và cho điểm diễn giả theo thang từ 1 đến 10 cho từng đầu mục. Suy nghĩ xem diễn giả đó có thể làm gì để bài nói được tốt hơn, và nếu là bạn, bạn sẽ làm như thế nào.

Bạn cũng nên nghe những bài phát biểu nổi tiếng. Nghe đi nghe lại nhiều lần, chú ý cách diễn giả dùng ba yếu tố logos, ethosvà pathos để thuyết phục người nghe tư duy, cảm nhận và hành động theo như thế nào.

Kết luận

Điểm đặc biệt trong việc giao tiếp là bạn càng nói nhiều sẽ càng giỏi lên. Để nắm bắt được nghệ thuật giao tiếp và trở thành chuyên gia hùng biện, bạn phải học và luyện tập miệt mài ngày này qua tháng khác. Không thể đốt cháy giai đoạn.

Luôn nhớ rằng việc chuẩn bị trước bài nói quyết định kết quả của bài nói đó. Vì vậy, hãy dành thời gian để phát triển tư duy logic, chuẩn bị câu chữ và sẵn sàng mọi thứ để đạt được mục tiêu và chinh phục khán giả. Luyện tập hằng ngày. Ngâm thơ hằng ngày. Đọc tự truyện hằng ngày. Quan sát các diễn giả khác, nhận xét để rút ra kinh nghiệm cho bản thân và trở thành diễn giả xuất sắc. Với kỹ năng này, không có bất cứ giới hạn nào cả.

Chương 2
LÊN KẾ HOẠCH VÀ CHUẨN BỊ ĐƠN GIẢN

Giá trị của một người được đo bằng những gì người đó theo đuổi.

— MARCUS AURELIUS —

90% thành công của diễn giả được tạo nên từ khâu chuẩn bị.

Ernest Hemingway[10] từng viết, "Bạn phải giải nghĩa được mỗi từ bạn viết bằng ít nhất 10 từ, nếu không người đọc sẽ không tin vào điều đó". Trong diễn thuyết cũng vậy, bạn cần nghiên cứu trên 100 từ cho mỗi từ bạn nói, hoặc người nghe sẽ biết ngay rằng bạn đang không hiểu mình nói gì. Khán giả sẽ nhanh chóng nhận ra bạn không hiểu sâu về đề tài bạn đang nói trừ khi bạn đã chuẩn bị mọi thứ thật hoàn hảo.

[10]. Ernest Miller Hemingway (21/7/1899-2/7/1961): một tiểu thuyết gia người Mỹ, một nhà văn viết truyện ngắn và là một nhà báo. Ông là một phần của cộng đồng những người xa xứ ở Paris trong thập niên 20 của thế kỷ XX, và là một trong những cựu quân nhân trong Chiến tranh thế giới I, sau đó được biết đến qua Thế hệ bỏ đi (Lost Generation). Ông đã nhận được giải Pulitzer năm 1953 với tiểu thuyết Ông già và biển cả, và giải Nobel Văn học năm 1954.

Nếu khán thính giả của bạn là những người đủ thông minh và sáng suốt, việc bạn chuẩn bị không kỹ sẽ tạo điểm trừ trong mắt

họ và làm giảm uy tín của bạn – khía cạnh về đạo đức (ethos). Nếu bạn không chuẩn bị kỹ trước mỗi bài nói, hay thậm chí nói với người nghe rằng "tôi không phải chuyên gia trong lĩnh vực này", họ sẽ ngay lập tức không tiếp nhận thông điệp của bạn dù nó có hay đến thế nào.

Mặt khác, việc chuẩn bị kĩ lưỡng sẽ mang lại kết quả rõ ràng ngay lập tức. Nó làm tăng uy tín của bạn, gây ấn tượng mạnh với người nghe, khiến họ cởi mở và dễ dàng tiếp nhận thông điệp của bạn hơn.

Bắt đầu với đặc điểm, tính cách của người nghe

Nên bắt đầu chuẩn bị từ việc tìm hiểu đối tượng tiếp nhận bài nói. Luôn nhớ rằng bạn không tìm hiểu bản thân mà là tìm hiểungười nghe.

Bạn sẽ giống một người nghiên cứu thị trường và cần phải hiểu thấu khách hàng của mình. Họ là ai? Ai sẽ là khán giả của bạn? Đây là chìa khóa để có sự chuẩn bị tốt nhất và có bài nói hiệu quả nhất. Sau đây là một số đặc điểm cụ thể có thể dùng để đo ni đóng giày cho bài nói của bạn.

Tuổi và độ tuổi

Khán giả của bạn bao nhiêu tuổi và đang nằm trong độ tuổi nào? Khán giả trẻ sẽ có cách hiểu, kiến thức văn hóa, nền tảng khác so với khán giả ở lứa tuổi lớn hơn. Phân tích độ tuổi là việc rất quan trọng.

Giới tính

Tỷ lệ giới tính người nghe của bạn là bao nhiêu? Sẽ có lúc là 50-50. Cũng sẽ có lúc 95% là nam hoặc 95% là nữ. Biết được tỷ lệ này sẽ giúp bạn chuẩn bị bài nói phù hợp với nhiều điểm nhấn hợp lý hơn.

Thu nhập

Mức thu nhập của khán giả của bạn là bao nhiêu? Bình quân họ kiếm được bao nhiêu mỗi tháng? Mức thấp nhất và cao nhất? Thông thường, họ kiếm tiền bằng cách nào và có những yếu tố nào ảnh hưởng tới thu nhập của họ? Hiểu rõ điều này sẽ giúp bạn biết cách đề cập đến các chủ đề liên quan đến tài chính, thu nhập theo cách họ có thể chấp nhận được.

Giáo dục

Khán thính giả của bạn có trình độ học vấn ra sao? Đại học, trung học hay cao đẳng? Thuộc lĩnh vực nghệ thuật hay kỹ thuật? Nắm bắt được trình độ và chuyên môn của người nghe sẽ giúp bạn chọn được ví dụ, hình ảnh và ngôn ngữ phù hợp.

Nghề nghiệp

Khán thính giả của bạn làm nghề gì? Họ đã làm trong lĩnh vực đó được bao lâu? Lĩnh vực họ làm đang gặp những vấn đề gì? Hiện tại là thời điểm họ nên bùng nổ hay nên thu hẹp trong lĩnh vực đó?

Tình trạng hôn nhân

Tình trạng hôn nhân của người nghe như thế nào? Đã kết hôn, độc thân, đã ly dị, hay góa bụa? Hầu hết họ đều đã kết hôn hay hầu hết còn độc thân? Đã có con chưa? Đây là những yếu tố quan trọng bạn cần tìm hiểu.

Mức độ am hiểu đề tài của người nghe

Khán giả có am hiểu về đề tài của bạn không? Bao nhiêu người trong số họ biết về những gì bạn sắp nói? Với họ, đề tài của bạn hoàn toàn mới mẻ hay họ đã có chút ít kiến thức về nó? Thông tin này sẽ giúp bạn quyết định được mức độ phức tạp và chuyên sâu của bài nói.

Cách suy nghĩ của người nghe

Phân tích khán giả của bạn bằng cách trả lời các câu hỏi sau:

- Mục đích và mong muốn của họ là gì?
- Khi nhắc đến chủ đề của bài nói, họ sẽ hy vọng hay e ngại?
- Bạn có thể đáp ứng được những nhu cầu gì cho họ qua lời khuyên của mình?
- Giá trị và niềm tin của họ là gì?
- Quan điểm chính trị của họ là gì?
- Tôn giáo và tín ngưỡng của họ là gì?
- Họ đang lo lắng hay có vấn đề gì?

Nắm bắt được cảm xúc của người nghe với bài nói có thể giúp bạn kết nối dễ dàng với họ. Bạn có thể hỏi các diễn giả những câu hỏi này hoặc tham khảo trên website hay các ấn phẩm của họ để tìm thấy câu trả lời bạn cần.

Mong muốn thông thường của người nghe

Biết được mong muốn, mục tiêu và suy nghĩ của người nghe là rất quan trọng. Ví dụ, khi tôi thuyết trình cho khán giả là các chuyên gia bán hàng, doanh nhân, chủ doanh nghiệp và nhà tiếp thị, điều mà họ mong muốn là thành công về tài chính. Vì vậy, mọi thứ tôi nói đều phải liên quan đến cách họ có thể biến những ý tưởng trong đầu thành dòng tiền và lợi nhuận. Bằng cách nói theo hướng này, người nghe của tôi bám sát vào bài nói, nghe kỹ từng lời tôi nói và hưởng ứng rất nhiệt tình. Bạn cũng có thể làm như vậy.

Điều gì đang xảy ra với cuộc sống của người nghe?

Tôi đã có một buổi diễn thuyết cho một tập đoàn lớn chuyên phân phối sản phẩm cho hệ thống bán buôn và bán lẻ trên toàn quốc ngay sau khi ban quản trị tập đoàn đó đưa ra tuyên bố quan trọng rằng trong vòng 30 ngày tới, công ty sẽ bắt đầu bán sản phẩm trực tiếp tới tận tay khách hàng với giá bán buôn. Sự khác biệt nằm ở chỗ công ty sẵn sàng chiết khấu cho người tiêu dùng mua hàng trực tiếp từ nhà máy thay vì trả hoa hồng cho người bán.

Không khó để tưởng tượng cảnh những người bán hàng trong buổi hội thảo đó sẽ sốc như thế nào. Mọi sinh hoạt và thu nhập của họ phụ thuộc vào hoa hồng nhận được từ việc bán hàng trong hệ thống. Với sự thay đổi chính sách của công ty, họ sẽ phải mua ngang giá với người tiêu dùng và không được chiết khấu. Cửa kiếm cơm của họ đột nhiên đóng lại.

Tôi được trả tiền để đến động viên họ tìm kiếm công việc mới và phấn đấu, nỗ lực hơn trong mọi hoàn cảnh, dù nguồn thu nhập chính của họ đã mất. Tôi còn nhớ rõ cảm giác khi nhìn toàn bộ người nghe lúc đó. Họ choáng váng và mất niềm tin. Họ nhìn tôi như kẻ thù, một gã được thuê đến để xoa dịu, lấp liếm những gì công ty đã đối xử với họ và làm tổn hại đến túi tiền của họ. Vì biết được điều này, thay vì tốn thời gian vào việc chuẩn bị đối phó với những khán giả đang mang tâm lý tiêu cực, tôi tập trung tìm hiểu điều gì đang thực sự diễn ra với công ty hay tập đoàn đó.

Chuyện gì đang xảy ra với công việc kinh doanh của họ?

Một lần, tôi được mời đến nói chuyện với một nhóm những người quản lý của một tập đoàn đa quốc gia. Tập đoàn này vừa quyết định cắt giảm vị trí quản lý ở tất cả các cấp, và tôi được mời đến nói chuyện với những người quản lý được giữ lại. Tuy nhiên, trước

khi tôi đến để nói về hiệu suất cá nhân cũng như hiệu quả lãnh đạo, tập đoàn này lại ra tuyên bố cắt giảm lần hai, đồng nghĩa với việc rất nhiều người nghe hôm đó sẽ nằm trong diện bị sa thải trong vòng 30 ngày. Điều này dĩ nhiên sẽ khiến cho đa số người nghe không còn nhiệt tình, hào hứng với bài nói. Thứ duy nhất họ nghĩ đến khi tôi nói chỉ là sắp tới họ sẽ phải làm gì. Đây không phải hoàn cảnh tốt cho bài nói, nhưng ít ra là tôi đã tìm hiểu và biết về nó để có hướng chuẩn bị hợp lý.

Tìm hiểu về môi trường địa phương

Bạn cần tìm hiểu về những gì đang diễn ra tại địa phương nơi bạn sẽ thuyết trình. Ví dụ, trong nhiều trường hợp, thành phố nơi tôi đến vừa thắng hay thua một giải đấu nào đó, thì việc quan trọng là tôi có thể đề cập đến nó trong phần mở đầu để làm điểm nhấn. Nếu không, với tâm lý vẫn đang đắm chìm trong các sự kiện thể thao, người nghe sẽ cảm thấy bạn như người ngoài và không hiểu được cảm giác của họ.

Khán giả của bạn từng nghe những ai thuyết trình

Một phần nữa của việc chuẩn bị bài nói là tìm hiểu xem khán giả của bạn đã có những trải nghiệm thế nào với các diễn giả khác. Họ đã nghe những ai, về những đề tài gì? Họ đã phản ứng như thế nào với những diễn giả đó và với đề tài, thông điệp được truyền tải? Họ có thích thông điệp đó không? Họ có thất vọng với diễn giả nào không? Nguyên nhân gây ra sự thất vọng đó là gì? Điều gì sẽ khiến họ cảm thấy hài lòng, yêu thích một diễn giả? Những diễn giả đó đã nói những gì?

Với một buổi họp dài hơn, việc lắng nghe những người phát biểu trước mình là rất quan trọng để biết được đề tài họ phát biểu là gì. Bạn cần nắm được phản ứng của người nghe vào cuối buổi họp, cũng như các bài phát biểu trong buổi họp đến phút cuối.

Xây dựng bài nói phù hợp với sự quan tâm của người nghe

Gần đây, tôi có một bài nói trước 4000 người. Tôi dành tương đối nhiều thời gian để chuẩn bị, dựa trên cuộc trao đổi chi tiết với người tổ chức. Sau đó, 90 phút thuyết trình của tôi xoay quanh các đề tài, mối quan tâm, thách thức cạnh tranh và định hướng phát triển của công ty.

Sau bài nói, chủ tịch công ty lên gặp tôi và nói đó là bài thuyết trình hay nhất cô ấy từng nghe. Trước đó, công ty đã thuê rất nhiều diễn giả với phí cao. Họ hứa sẽ chuẩn bị bài nói thật phù

hợp nhưng họ đều không làm được. Chỉ cần nghe họ nói lúc đầu là biết ngay họ không hề dành nhiều thời gian tìm hiểu về các vấn đề của công ty. Dĩ nhiên là không bao giờ họ được mời quay trở lại.

Để ý thời gian

Bạn cần nắm rõ về thời gian mình có và cấu trúc bài diễn thuyết. Đôi khi khán giả chỉ muốn bạn nói trong 3/4 buổi và thời gian còn lại dành cho phần hỏi đáp. Có lúc ban tổ chức lại muốn bạn nói hết quỹ thời gian. Dù trong trường hợp nào, bạn cũng cần biết chính xác lúc nào cần dừng lại.

Rất nhiều buổi nói chuyện, hội thảo, họp hành được sắp xếp với lượng thời gian rất chính xác. Ví dụ như một lần tôi được mờiđến nói trước 5000 người, ban tổ chức rất khó tính, họ yêu cầu tôi viết ra khung bài nói chi tiết và sau đó yêu cầu tôi phải thuyết trình trước để họ nhận xét và chỉnh sửa. Mối quan tâm duy nhất của họ là độ chính xác về thời gian, số phút tôi sử dụng cho từng phần.

Trước lượt tôi thuyết trình, có một diễn giả được cho 22 phút để nói nhưng đã nói quá sáu phút. Tôi để ý thái độ của ban tổ chức lúc đó rất căng thẳng, lo lắng và giận dữ. Họ thậm chí còn không quan tâm đến những gì vị diễn giả kia nói. Tất cả những gì họ quan tâm là anh ta làm rối lịch trình của họ. Dĩ nhiên là họ sẽ không bao giờ mời anh ta thêm một lần nào nữa.

Khi đã làm xong nhiệm vụ, hãy bắt đầu chuẩn bị

Phương pháp chuẩn bị hiệu quả tôi vẫn dùng trong nhiều năm qua là bắt đầu với một tờ giấy trắng. Tôi viết chủ đề bài nói ở trên đầu, viết một câu mô tả mục đích bài nói – tôi cần làm những việc gì? Sau đó, tôi viết ra tất cả các ý mình muốn nói, quan điểm, câu từ, số liệu, ví dụ và những minh họa tôi có thể sử dụng trong bài nói. Cứ thế, tôi viết, viết và viết.

Có những lúc, tôi kết thúc với hai đến ba tờ giấy ghi chú dạng như vậy. Với tất cả các ý đó, tôi bắt đầu chọn lọc các phần cụ thể, phù hợp để đặt vào từng phần theo thứ tự, logic nhất định để bài nói được trôi chảy. Bạn cũng có thể làm như vậy. Bạn sẽ có những phát hiện thú vị về lượng ý tưởng lúc viết nháp có thể ứng dụng được trong bài nói.

Khi đã sắp xếp xong các ý trên, dùng bút đỏ để khoanh các ý chính cần nhấn mạnh trong bài nói. Sắp xếp các ý chính đó theo trình tự nhất định và bạn sẽ thấy bài nói của bạn hoàn toàn tự nhiên.

Công thức PREP

Một khi đã chọn được các ý, bạn có thể sử dụng công thức "PREP" cho từng ý bạn muốn trình bày.

P: Quan điểm (Point of View)

Nêu ra suy nghĩ, nhận định hay tiền đề từ lúc đầu. Ví dụ, bạn có thể nói: "Trong 10 năm tới, sẽ có nhiều người kiếm được nhiều tiền hơn 100 năm trở lại đây".

R: Lý do (Reasons)

Đưa ra các lý do để chứng minh cho quan điểm, ý kiến ở trên. Ví dụ: "Số triệu phú và tỷ phú đi lên từ con số 0 ở thế hệ đầu tiên tăng 60% trong vòng năm năm gần đây, và tỷ lệ này đang có xu hướng tăng đáng kể".

E: Ví dụ (Example)

Minh họa, củng cố và chứng minh quan điểm của bạn. Ví dụ: "Vào năm 1900, ở Mỹ có 5,000 triệu phú và không có tỷ phú nào. Vào năm 2000, con số này tăng lên năm triệu triệu phú và hơn 500 tỷ phú. Năm 2007, theo tờ Tuần báo kinh doanh, nước Mỹ có khoảng 8,9 triệu triệu phú và trên 700 tỷ phú thế hệ đầu tiên".

P: Quan điểm (Point of View)

Khẳng định lại chữ P đầu tiên để nhấn mạnh ý chính của bạn. Ví dụ: "Ngày càng có nhiều cơ hội làm giàu cho bạn – số ít những người đủ sức sáng tạo – không chỉ trong hôm nay mà còn cả ngày mai và những năm sắp tới".

Cách áp dụng công thức PREP

Đây là ví dụ về cách áp dụng công thức PREP:

Đây là thời điểm đáng ghi nhớ của lịch sử loài người (quan điểm). Tỷ lệ dân số có nhà ở đạt mức tối đa, tỷ lệ thất nghiệp rất thấp và tốc độ tăng trưởng kinh tế rất nhanh trong môi trường công nghiệp hóa (lý do). Chỉ trong vòng một năm trước, hơn một triệu người Mỹ bắt đầu khởi nghiệp và phát triển, tận dụng cơ hội của nền kinh tế hiện tại (ví dụ). Với thời điểm lý tưởng này, chúng ta có thể thấy trong vài năm tới sẽ có nhiều người kiếm được nhiều tiền hơn so với 100 năm trước cộng lại (khẳng định lại quan điểm).

Bạn có thể sắp xếp, diễn đạt các ý chính của bài nói bằng cách sử dụng công thức đơn giản này. Nó có hiệu lực và tác dụng rất lớn để thuyết phục người nghe chấp nhận thông điệp của bạn.

Phương pháp cần gạt nước

Bạn có thể sử dụng phương pháp "cần gạt nước" để xây dựng bài nói. Như các bạn đã biết, mỗi người chúng ta đều có não trái và não phải. Não trái phân tích con số và thông tin. Não phải thiên về cảm xúc, mạch truyện, ngôn từ, ví dụ.

Cách sử dụng phương pháp này rất đơn giản: bạn đưa ra quan điểm và chứng minh nó bằng một câu chuyện. Sau đó tiếp tục với một quan điểm khác và chứng tỏ nó bằng những lý lẽ. Chứng minh quan điểm thứ ba bằng ví dụ trực quan. Chứng minh quan điểm thứ tư bằng minh họa cụ thể. Bạn cứ tiếp tục vòng lặp như thế cho đến hết bài như một cái cần gạt nước vậy.

Để sử dụng phương pháp chuẩn bị này, bạn cần một tờ giấy với đường kẻ chia đôi. Ở cột bên trái, bạn viết các quan điểm, ý chính trong bài nói. Cột bên phải dùng để viết ví dụ, dẫn chứng, minh họa chứng minh cho các luận điểm ở cột bên trái. Mỗi ý đưa ra ở cột trái sẽ được làm rõ ở cột phải.

Khi chuẩn bị bài nói với phương pháp này, bạn sẽ giúp người nghe kích hoạt cả não trái và não phải. Họ sẽ theo sát từng từ trong lúc bạn nói và bạn sẽ thu hút được họ trong suốt thời gian diễn thuyết của mình.

Phương pháp vòng tròn

Khi viết ý tưởng trên giấy, bạn có thể sử dụng hình ảnh và minh họa. Tôi thường vẽ các hình tròn lớn dọc giữa trang giấy. Mỗi hình tròn là một ý trong bài nói. Hình tròn đầu tiên là phần mở đầu và những gì tôi sẽ dùng để thu hút sự chú ý trên sân khấu. Ba hình tròn tiếp theo diễn tả những ý chính tôi sẽ đề cập. Hình tròn cuối cùng sẽ tổng hợp lại và kết thúc bài nói.

Nếu bài nói dài, tôi có thể vẽ bảy hình tròn dọc tờ giấy, hoặc có thể viết sang tờ thứ hai nếu cần thiết. Trong mọi bài nói thì hình tròn đầu tiên và cuối cùng luôn dành cho phần mở đầu và kết luận. Các vòng tròn ở giữa là các ý chính được sắp xếp theo thứ tự hợp lý.

Chuẩn bị cẩn thận phần mở và kết

Chuẩn bị cho phần mở đầu bài nói là rất quan trọng. Bạn cần làm

chi tiết đến từng từ một, tập đi tập lại nhiều lần trước gương. Phần mở đầu giúp bạn tạo đất diễn, sự tôn trọng của khán giả và đưa ra thông điệp rõ ràng cho người nghe ngay từ đầu.

Bạn cũng nên chuẩn bị phần kết bài tương tự như thế. Nghĩ kỹ về cách bạn sẽ tổng hợp lại bài nói của mình, để nếu bị cắt bớt thời gian để đảm bảo lịch trình, ít nhất bạn có thể kết thúc bài nói một cách hiệu quả nhất.

Chuẩn bị phần hình ảnh cho bài nói

Khi chuẩn bị bài nói, bạn nên sử dụng các yếu tố trực quan để minh họa cho các luận điểm, làm chúng sống động hơn với người nghe.

Kỹ thuật "đũa thần"

Một trong các yếu tố kể trên tôi thường gọi là kỹ thuật "đũa thần". Khi đang nói, tôi sẽ lấy một cây bút trong túi và nói những thứ liên quan đến nó như "Tưởng tượng rằng bạn chỉ cần vung cây đũa phép và mọi chuyện sẽ trở nên tốt đẹp. Bạn nghĩ lúc đó mọi thứ sẽ như thế nào?"

Tôi vung "đũa thần" và dừng lại một lúc để mỗi người tưởng tượng ra cảnh mọi thứ đều hoàn hảo sẽ như thế nào. Sau đó mới tiếp tục thảo luận về các hướng đi và các cách người nghe có thể áp dụng để cải thiện tình trạng hiện tại của họ.

Sử dụng PowerPoint

Dù bạn vẫn quen dùng PowerPoint vì nhiều lý do nhưng trong giới thuyết trình, người ta vẫn luôn bảo nhau: "PowerPoint là điểm chết". Rất nhiều diễn giả phụ thuộc vào bản thuyết trình trên PowerPoint đến mức đánh mất cá tính riêng và điểm nhấn của bài nói, vì họ cứ chuyển từ ý này sang ý khác chỉ thuần dựa vào màn hình. Nếu bạn phải dùng PowerPoint trong một vài trường hợp, tốt nhất bạn nên tuân thủ các nguyên tắc sau:

Nguyên tắc 5 x 5

Điều trước tiên là bạn không được có quá 5 dòng trong một slide, và mỗi dòng không được quá 5 từ. Chỉ cần vượt quá nguyên tắc trên, bạn sẽ làm người nghe mất tập trung và bị rối. Với một nhóm nhỏ, bạn có thể sử dụng nhiều dòng hơn, nhiều chữ hơn so với quy định.

Bất kể bạn đưa bao nhiêu ý vào slide, bạn cần nêu bật được tất cả cùng lúc khi nhắc đến chúng. Đừng biến slide thành chỗ chứa đầy thông tin, như vậy người nghe sẽ chỉ bận đọc mà không chú ý đến bạn.

Cách đây không lâu, khi thuyết trình trước một công ty đa quốc gia, vị chủ tịch đã nói suốt một tiếng trước khi đến lượt tôi. Bài thuyết trình trên PowerPoint của ông ấy gồm một slide với hàng trăm dòng và không có gì rõ ràng. Ông ấy như đang nói chuyện với màn hình và nhận xét về các con số suốt một giờ liền. Chức vụ là chủ tịch, nên mọi người đều phải ngồi nghe rất lịch sự, nhưng thật khó xử cho những người tham dự lúc đó. Đừng để điều đó xảy ra với bạn.

Đối diện với người nghe

Thứ hai, luôn nhìn khán giả khi bạn dùng PowerPoint. Bạn nên để máy tính ở trước mặt để biết slide nào đang được chiếu sau lưng. Khi chuyển slide, luôn hướng mắt về phía người nghe và tương tác với họ.

Khi đề cập đến vấn đề không có trên màn hình, bạn nên tạo một slide trắng rồi điền thêm thông tin vào đó. Hãy lưu ý nét mặt của bạn lúc thuyết trình là quan trọng nhất. Khi bạn viết thêm lên slide, người nghe sẽ nhìn khuôn mặt của bạn trước rồi mới quay lại màn hình, giống như lúc xem tennis vậy.

Ánh sáng

Khi sử dụng PowerPoint cần đảm bảo góc mặt bạn có đủ ánh sáng. Tôi rất thất vọng khi nhiều lần thấy những nhà điều hành cấp cao chấp nhận đứng trong bóng tối để đảm bảo ánh sáng cho màn chiếu. Họ đã đi một chặng đường rất xa, đầu tư rất nhiều công sức vào bài thuyết trình, chỉ để đứng trong bóng tối và không được khán giả nhìn thấy hay nhận ra.

PowerPoint chỉ là công cụ

Bạn chỉ nên dùng PowerPoint như một công cụ hỗ trợ, nó không nên là tâm điểm của bài nói và bạn mới là trung tâm. PowerPoint chỉ giúp bạn minh họa rõ hơn cho luận điểm của mình với khán giả.

Khi sử dụng PowerPoint, bạn cần tập dượt trước ba đến năm lần trước bài thuyết trình. Tổng duyệt toàn bộ để đảm bảo máy chiếu hoạt động tốt và khớp với bài nói trước khi bạn bắt đầu.

Lường trước mọi chuyện

Chắc bạn cũng từng chứng kiến việc toàn bộ bài nói đều dựa vào bản PowerPoint và sau đó slide bị lỗi vì lý do nào đó. Diễn giả bấm chuột liên tục nhưng không có phản ứng gì. Kỹ thuật viên bắt đầu lên chỉnh sửa máy chiếu. Toàn bộ hội thảo hay buổi thuyết trình bị gián đoạn trong khi mọi người xung quanh rất buồn ngủ và ngơ ngác. Chạy thử trước toàn bộ bài thuyết trình sẽ giúp bạn tránh được điều này.

Tập trung vào bạn và thông điệp truyền tải

Trong mọi trường hợp, khi sử dụng PowerPoint, bạn cần bắt đầu thật ấn tượng, mạnh mẽ, đưa ra thông điệp rõ ràng để hướng sự chú ý vào bài nói của bạn. Sau đó chỉ sử dụng Power Point làm công cụ thể hiện các con số, ý chính và các liên kết. Khi hết slide, để màn hình trắng, đảm bảo kết thúc bài nói tập trung vào nét mặt bạn và thông điệp bạn đưa ra.

Chuẩn bị cách truyền tải thật "mượt"

Mỗi diễn giả đều có ba bài nói trong đầu cho mỗi lần thuyết trình. Đó là những gì họ chuẩn bị để nói, những gì họ thực sự nói và những gì họ ước lúc thuyết trình họ nên nói ra.

Bài thuyết trình hoàn hảo là khi những gì bạn định nói, đã nói và muốn nói phải trùng nhau. Điều này sẽ giúp bạn cảm thấy rất thoải mái và hài lòng sau bài thuyết trình.

Chuyển ý liền mạch

Khi chuẩn bị bài nói của mình, bạn cần chú ý làm sao để phần chuyển tiếp giữa các ý chính thật rõ ràng với người nghe, để họ hiểu là bạn đã kết thúc luận điểm này và đang chuyển sang luận điểm
tiếp theo.

Soát đi soát lại mọi thứ, và luôn tìm cách để các phần chuyển ý được "mượt mà" hơn.

Luyện tập chăm chỉ sẽ có thành quả

Vài năm trước, tôi có một bài thuyết trình rất quan trọng trước khán giả bao gồm những người có thể mời tôi làm diễn giả nếu họ có ấn tượng tốt. Tôi dành rất nhiều thời gian để luyện tập, chuẩn bị, tập dượt và xem đi xem lại bài nói của mình khoảng 50 lần

trước khi diễn thuyết cho lượng khán giả khổng lồ ở trung tâm hội nghị.

Quá trình luyện tập mang lại thành quả tuyệt vời. Bài nói được thu âm, quay lại và lan truyền khắp thế giới, đạt 10 nghìn lượt xem bằng nhiều thứ tiếng. Vài năm sau, bài nói đó được xếp vào 12 bài nói hay nhất trong hàng nghìn bài nói được thuyết trình trong hơn 37 năm trở lại đây. Luyện tập chăm chỉ sẽ có thành quả xứng đáng.

Sử dụng kỹ thuật ghi nhớ

Một cách khác để chuẩn bị bài nói hiệu quả là sử dụng kỹ thuật ghi nhớ. Bài nói sẽ được hình thành xoay quanh những mệnh đề cụ thể hoặc hệ thống chữ cái, số liệu.

Chắc bạn cũng đã từng nghe về kỹ thuật này từ những người luyện trí nhớ. Họ dùng những từ đồng âm để liên kết với nhau. Ví dụ như khi nghĩ đến phần "một", họ sẽ nghĩ ngay đến từ "cột"; khi nghĩ đến phần "hai" họ sẽ nghĩ ngay đến từ "tai" và những thứ liên quan đến từ "tai" theo cách nào đó.

Cũng như thế, phần "ba" đồng âm với cây "đa", nên diễn giả sẽ nghĩ đến ý thứ ba đang được treo lên trên cành đa.

Phần thứ "tư" đồng âm với bức "thư", diễn giả sẽ nghĩ đến những gì muốn nói đang hiện lên trên một bức thư.

Phần thứ "năm" nghe giống từ con "trăn", diễn giả có thể hình dung các ý cần nói trên đường trườn của nó.

Tương tự, "sáu" đồng âm với "cáu", "bảy" nghe gần giống với "gậy", "tám" đồng âm với "xám", "chín" đồng âm với "pin", và "mười" đồng âm với "cười".

Bằng việc kết nối các con số với biểu tượng đồng âm, bạn có thể kết nối các phần của bài nói và ghi nhớ dễ dàng. Đây là thủ thuật để các diễn giả có thể nói trước hội trường mà không cần cầm giấy.

Thiết kế bài nói trong một từ

Cách xây dựng bài nói ưa thích của tôi là dựa trên một từ liên quan đến chủ đề và quan trọng với khán giả, ví dụ như "thành công" (success). Bạn có thể chọn bất kỳ từ nào. Hãy cùng tham khảo ví dụ dưới đây.

Chữ cái đầu tiên – S – "Sense of purpose" (Mục đích) có thể hiểu theo ý về tầm quan trọng của sự rành mạch, mục đích rõ ràng trước khi bắt đầu.

Chữ cái thứ hai – U – "You are responsible" (Bạn có trách nhiệm). Bạn cần phải chịu trách nhiệm cho cuộc sống và sự nghiệp của mình, và đặc biệt, không được đổ lỗi hay trốn tránh.

Chữ cái thứ ba – C – "Customer satisfaction" (Sự hài lòng của khách hàng). Bạn cần xác định được khách hàng mục tiêu và cách để chinh phục họ, làm họ hài lòng hơn đối thủ có thể làm.

Chữ cái thứ tư – C – "Creativity" (Sáng tạo), thể hiện tầm quan trọng của việc tìm kiếm các cách nhanh hơn, tốt hơn, tiết kiệm chi phí hơn để bán sản phẩm của bạn ra thị trường.

Chữ cái thứ năm – E – "Excellence" (Xuất sắc). Bạn cần làm mọi thứ thật xuất sắc và liên tục tiến bộ.

Chữ cái thứ sáu – S – "Sensitivity to others" (Tâm lý). Bạn phải suy nghĩ cho người khác và nghĩ xem nên làm hay nói gì để có thể tác động đến họ.

Chữ cái cuối cùng – S – "Stick to it" (Kiên trì). Bạn cần luôn nhắc nhở bản thân không bao giờ được từ bỏ, quyết tâm đối diện với mọi nghịch cảnh và khó khăn.

Sử dụng một từ và tạo các ý dựa trên từng chữ cái giúp tôi có thể nói mà không cần cầm giấy trong 60 đến 90 phút liên tục và vẫn giữ nguyên phong độ. Khán giả rất hào hứng và trông chờ được nghe tôi giải thích từng chữ cái.

Bạn có thể sử dụng phương pháp này với từ có ba đến mười chữ cái. Đây là cách rất hiệu quả để sắp xếp các ý bạn định nói và gây ấn tượng với khán giả bằng việc nói lưu loát mà không cần cầm giấy.

Viết ý chính ra các tấm thẻ nhỏ

Nếu có bục thuyết trình, cách chuẩn bị hay nhất là viết ý chính vào một tấm thẻ nhỏ. Thay vì viết chi tiết từng chữ một, bạn chỉ nên viết những câu nói, ý tưởng, cụm từ quan trọng rồi đảo dần tập thẻ theo từng ý bạn nói.

Tôi từng chứng kiến những diễn giả có tiếng đứng nói trước rất đông khán giả với rất nhiều tấm thẻ trên tay, dùng chúng như

những công cụ cho bài nói của mình. Phương pháp này không gây phản cảm cho khán giả. Họ hiểu rằng những tấm thẻ đó giúp cho người nói giữ được tính logic của bài nói và điều đó cũng chứng tỏ rằng diễn giả đó có chuẩn bị kỹ càng cho từng ý được diễn đạt.

Nói với nhóm nhỏ trước

Một cách khác để chuẩn bị là bạn có thể nói trước một nhóm nhỏ và gần gũi nhiều lần trước khi thuyết trình trước đám đông. Cách đây không lâu, tôi từng tham dự buổi họp hội đồng quản trị trước một bữa tối quan trọng. Một thành viên bắt đầu nói. Vì có chuẩn bị nên toàn bộ hội đồng đều lắng nghe và thảo luận theo đề tài đó, từ ý này sang ý khác trong 20 phút liền. Cuối cùng, mọi người đều rất ấn tượng với suy nghĩ và ý tưởng của anh ta.

Tối hôm đó, trước 500 người, anh ta đã đứng lên và phát biểu những gì anh ta đã nói trong phòng họp. Tôi nhìn lại và nhận ra rằng buổi họp hội đồng quản trị đã giúp anh ta có những bước chuẩn bị cuối cùng cho buổi nói chuyện rất quan trọng trước những người quan trọng.

Vừa đi vừa nói

Một cách mọi người cũng hay dùng để tập nói là vừa đi vừa nói. Khi di chuyển, họ sử dụng cử chỉ và biểu cảm để phát triển bài nói. Họ dùng phương pháp ghi nhớ các phần của bài nói mà không cần cầm giấy. Có người còn đổi giọng nhấn mạnh một vài ý và tưởng tượng họ đang nói trước rất đông khán giả. Vừa đi vừa nói là một trong những cách hiệu quả để chuẩn bị.

Tìm kiếm thông tin trên Google

Khi nói chuyện với những nhóm thuộc các lĩnh vực đặc biệt, nếu không phải chuyên gia trong lĩnh vực đó, bạn cần phải chuẩn bị thật kỹ. Điều này rất quan trọng. Bạn có thể tìm tất cả các thông tin liên quan trên Google. Bạn cũng có thể truy cập Hoovers.com để tìm thông số, xu hướng, các tổ chức, nhóm, yếu tố,... đóng vai trò chính trong lĩnh vực đó và những sự kiện quan trọng đang diễn ra xung quanh nó.

Khi thu thập được những thông tin nội bộ, mọi người có thể tin rằng bạn cũng làm trong lĩnh vực đó. Khán giả sẽ rất ấn tượng khi thấy diễn giả biết nhiều về những gì họ làm để kiếm sống, những thách thức họ đang phải đối mặt ở thị trường hiện tại.

Tìm hiểu về những người quan trọng

Cuối cùng, để có sự chuẩn bị kỹ càng nhất, bạn nên tìm hiểu về những người quan trọng trong tổ chức mà bạn sắp đến thuyết trình. Tìm hiểu thông tin của họ trên Internet. Nếu người đó làm cho một tập đoàn, bạn có thể dễ dàng tìm thấy thông tin trên website công ty. Bạn cũng có thể hỏi người tổ chức về tiểu sử của những thành viên quan trọng trong số khán giả ngồi dưới.

Khi nói chuyện với một nhóm, tôi thường học thuộc tên và tiểu sử của những người quan trọng, và sau đó đưa tên họ vào bài nói của mình. Ví dụ như: "Chắc bạn cũng đã từng nghe Ralph Wilson nói điều này – rằng bạn cần kiên trì đối diện với nghịch cảnh. Đó là những gì anh ấy tin tưởng và là điều dẫn đến thành công của tổ chức".

Tôi có thể tự tin nói rằng tôi chưa bao giờ bị phản tác dụng với phương pháp này. Khi trích dẫn những từ ngữ, suy nghĩ và ý tưởng tích cực từ những nhân vật quan trọng trong khán giả, họ sẽ cảm thấy được đề cao và rất vui, còn bạn thì sẽ giống như một người hùng.

Kết luận

Mọi người thường hỏi tôi về bí quyết để có thể diễn thuyết hiệu quả trước đám đông. Tôi thường nói với họ rằng nó bắt đầu từ việc chuẩn bị. 90% thành công của bài nói được quyết định bởi việc bạn chuẩn bị tốt hay không. Chỉ với vài phút mở đầu, khán giả sẽ biết ngay bạn có chuẩn bị gì không và có đánh giá khách quan cho bạn. Nhiệm vụ của bạn là chuẩn bị thật kỹ lưỡng và tạo cảm giác bạn là một chuyên gia từ trong những phút ấn tượng đầu tiên.

Bạn chuẩn bị càng nhiều thì càng tự tin khi đứng trên sân khấu. Luyện tập bài nói của mình càng nhiều lần, bạn càng cảm thấy mạnh mẽ, bình tĩnh và vững tin bước ra trước đám đông.

Chương 3
TỰ TIN VÀ VỮNG VÀNG TÂM LÝ

Loại bỏ nỗi e ngại khi nói trước công chúng

Suy nghĩ tích cực và sâu xa, tự tin và chân thành, cuộc sống sẽ an toàn hơn, bạn sẽ làm được nhiều việc hơn, kinh nghiệm và thành quả sẽ phong phú hơn.

— EDDIE RICKENBACKER —

Mục tiêu khi thuyết trình là bạn phải cảm thấy tự tin, tích cực, thoải mái và tự thấy bản thân mình thật tuyệt vời. Bạn phải thấy vui khi được nói, giống như cảm giác trong bữa tiệc Giáng sinh với gia đình.

Câu hỏi đặt ra là: bạn có thể giữ bình tĩnh, sáng suốt và tự tin trước khán giả bằng cách nào? Đây là những gì bạn sẽ được học trong chương này.

Đầu tiên, hay coi nỗi sợ đứng trên sân khấu là điều hết sức bình thường và tự nhiên, thậm chí cả với những chuyên gia từng diễn thuyết hàng nghìn lần. Chàng diễn viên người Anh, David Niven, đã thừa nhận rằng sau hàng nghìn lần diễn xuất, anh vẫn cảm thấy hồi hộp trước khi lên sân khấu.

Theo cuốn Book of Lists[11], 54% trong số những người trưởng thành sợ nói trước công chúng hơn là sợ chết. Nhưng bạn cũng nên biết rằng dù lòng rối như tơ vò, bạn cũng phải sắp xếp những cụm rối cho thẳng hàng[12].

[11]. Book of Lists là bộ sách ông David Wallechinsky viết cùng với

cha ông là Irving Wallace và em gái ông là Amy Wallace, đề cập đến 14 nỗi sợ lớn nhất của con người...

[12]. Bản gốc sử dụng câu nói dựa trên thành ngữ "having butterflies in your stomach", thể hiện trạng thái lo lắng, bồn chồn khi định làm một việc nào đó.

Nỗi sợ là do bạn tự vẽ ra

Tin tốt là con người khi mới sinh ra không hề biết sợ. Tất cả nỗi sợ khi lớn lên được hình thành trong suốt tuổi thơ, cùng những biến cố tiêu cực từ người khác và bản thân bạn. Chính vì những nỗi sợ đó, bao gồm cả sợ nói trước công chúng, đều có nguyên nhân hình thành nên sẽ luôn có cách để loại trừ chúng.

Nguyên nhân chính gây ra nỗi sợ khi trưởng thành là những sự chỉ trích nặng nề mà bạn phải hứng chịu khi còn bé. Nếu cha mẹ mắng nhiếc, phê bình con cái thái quá trong bất cứ chuyện gì, đứa trẻ sẽ ngay lập tức có cảm giác sợ thất bại, sợ bị từ chối; và chúng sẽ trở nên quá nhạy cảm với mọi ý kiến đóng góp của mọi người trong cuộc sống sau này.

Các nhà tâm lý học cũng chỉ ra rằng mọi vấn đề về tinh thần và cảm xúc đều bắt nguồn từ sự bị quản thúc khi còn bé. Các bậc phụ huynh thường cố gắng áp đặt, kiểm soát con mình. Họ ủng hộ, chiều chuộng hoặc nghiêm khắc cấm đoán để kiểm soáthành vi của đứa trẻ, khiến chúng nghĩ rằng "Chỉ cần làm như bố mẹ muốn, mọi chuyện sẽ ổn. Nếu làm ngược lại thì sẽ gặp chuyện không hay".

Từ nhạy cảm đến mẫn cảm

Một đứa trẻ trải qua tuổi thơ với những lời chỉ trích hay sự áp đặt của người lớn, khi trưởng thành sẽ trở thành một người luôn lo lắng thái quá về suy nghĩ và thái độ của mọi người đối với mình. Thậm chí, họ còn cảm thấy bất an đến mức không dám làm bất cứ điều gì khi chưa được sự chấp thuận từ những người quan trọng trong cuộc sống của mình.

Nhiều người còn cảm thấy như bị tổn thương khi nghĩ đến việc đứng nói trước mọi người. Đây là biểu hiện của nỗi sợ thất bại và sợ bị từ chối đã hình thành từ khi họ còn rất bé. Tuy nhiên, nỗi sợ này hoàn toàn có thể được thay thế bằng sự tự tin, bình tĩnh, năng lực và khả năng tự kiểm soát bản thân.

Rất nhiều diễn giả hàng đầu hiện nay đều đã từng rất lo lắng khi phải nói trước công chúng, hay thậm chí chỉ trong một buổi họp thông thường. Một người bạn của tôi, vốn luôn rất tự tin khi phát biểu trước hàng nghìn người, cũng đã từng "són ra quần" và bỏ chạy trong lần đầu nói trước đám đông.

Một bài nói tự tin cần được bắt đầu bằng việc đưa ra thông điệp mà bạn thực sự muốn khán giả lắng nghe. Điều này rất quan trọng.

Khi ai đó nói với tôi rằng họ muốn diễn thuyết tốt hơn, câu đầu tiên tôi hỏi họ sẽ là "Tại sao?" Điều gì khiến họ thật sự muốn chia sẻ suy nghĩ của mình với mọi người đến vậy?

Dĩ nhiên mọi người đều sẽ nói họ muốn trở thành diễn giả xuất sắc để kiếm được nhiều tiền hơn, được người khác khen ngợi và ngưỡng mộ hơn. Họ thậm chí còn không để ý đến những đề tài họ muốn chia sẻ. Và với kinh nghiệm của tôi thì những người này hiếm khi có thể nổi bật lên được.

Chia sẻ từ trái tim

Nhiều năm trước, tôi từng nghe Wally Amos, người sáng lập ra Famous Amos Cookies, nói về việc xóa mù chữ cho người lớn. Ông đã cống hiến nhiều thời gian và tiền bạc để giúp đỡ những người trưởng thành chưa biết đọc. Khi chia sẻ trước 600 khán giả trong hội trường, mọi thứ ông nói đều xuất phát từ trái tim. Dù chưa từng tham gia một khóa đào tạo diễn thuyết nào, nhưng bài diễn thuyết của ông rất logic. Ông chia sẻ rất chân thành về tầm quan trọng của việc người lớn phải biết đọc và họ có thể thay đổi cuộc sống như thế nào nhờ việc đó. Kết thúc bài nói, cả khán phòng đã đứng lên hoan hô nhiệt liệt. Ông ấy đã nói lên mọi điều xuất phát từ trái tim về những gì ông hiểu và quan tâm.

Khán giả luôn ở bên cạnh bạn

Điều đầu tiên có thể giúp bạn vượt qua nỗi sợ và không còn lo lắng khi nói trước đám đông là khi bạn bắt đầu thuyết trình, tất cả các khán giả đều mong bạn sẽ thành công. Giống như khi đi xem phim, bạn chẳng bao giờ mong bộ phim đó dở tệ và làm lãng phí thời gian của bạn. Bạn luôn kỳ vọng nó sẽ thật hay và xứng đáng với quỹ thời gian và tiền bạc bạn bỏ ra. Tâm lý người nghe cũng sẽ tương tự như vậy. Họ luôn ủng hộ bạn, mong bạn thành công, giống như đang tham dự buổi lễ trao giải cho bạn vậy. Họ ở đó để cổ vũ cho bạn, mong bài diễn thuyết của bạn thành công và thú

vị.

Nói cách khác, khi bắt đầu nói, bạn luôn ở ngưỡng điểm A – mức điểm cao nhất. Việc của bạn chỉ là duy trì mức điểm đó trong suốt bài diễn thuyết. Hãy nhớ lại quá trình Toastmasters sử dụng liệu pháp gây tê có hệ thống ở chương 1. Chỉ cần thuyết trình thật nhiều lần, bạn sẽ không còn sợ hãi và lo lắng nữa. Không có gì hữu ích hơn để tăng sự tự tin ngoài thường xuyên luyện tập.

Nâng cao sự tự tin và năng lực

Có rất nhiều cách để bạn vượt qua nỗi sợ hãi và lo lắng khi phải nói trước đám đông. Những diễn giả giỏi nhất trên thế giới thường dùng những cách sau đây.

Tự nhủ

95% cảm xúc của bạn được quyết định bởi những gì bạn tự nhủ với bản thân. Việc tự nhủ trong đầu sẽ kiểm soát suy nghĩ, cảm xúc và hành động của bạn. Còn bạn lại hoàn toàn kiểm soát được suy nghĩ của mình.

Điều tốt nhất bạn có thể tự khích lệ bản thân trước mỗi bài nói là Mình làm được! (I like myself!)

Trước khi bắt đầu thuyết trình, bạn cần nói đi nói lại với bản thân rằng "Mình yêu mình quá! Mình yêu mình quá! Mình yêu mình quá!". Những câu nói như thế có tác dụng rất tuyệt vời, giúp bạn tự tin và quên đi sợ hãi. Bạn càng yêu bản thân, bạn sẽ càng tự tin, thoải mái, thiện cảm hơn với khán giả và thể hiện tốt hơn phần thuyết trình của mình.

Khi cảm thấy lo lắng hay sợ hãi vì bất cứ điều gì, bạn có thể xóa đi nỗi sợ bằng cách lặp lại câu "Tôi làm được! Tôi làm được! Tôi làm được!" (I can do it!). Nỗi sợ thất bại và sợ bị từ chối sẽ xuất hiện khi bạn nghĩ "Tôi không thể!" Khi nói Tôi làm được, bạn sẽ loại bỏ suy nghĩ tiêu cực đó ra khỏi đầu mình và không còn lo sợ nữa. Hãy thử, bạn sẽ ngạc nhiên về hiệu quả mà nóđem lại và cảm thấy tự tin hơn rất nhiều.

Cảm xúc hóa

Bạn nên tự tạo ra những cảm xúc bạn muốn khi hoàn thành xuất sắc bài diễn thuyết như kỳ vọng: hạnh phúc, vui vẻ, tự hào, hào hứng.

Nhà tâm lý học và triết học nổi tiếng William James từng nói, "Cách tốt nhất để đạt được cảm xúc mong muốn là hành động như thể bạn đã có được nó". Hành động đó được kiểm soát bởi ý chí nhiều hơn là cảm xúc. Nếu bạn hành động như thể bạn đã có được cảm xúc mình mong muốn, bạn sẽ có được cảm xúc đó. Đây là bí quyết để thành công trong diễn xuất và các hoạt động trên sân khấu thuộc mọi lĩnh vực nghệ thuật.

Có một kỹ thuật cảm xúc hóa tên là "Cuối-phim13". Để hiểu được phương pháp này, hãy tưởng tượng bạn đến một buổi chiếu phim. Tuy nhiên, hôm đó bạn đến sớm và ca chiếu trước chưa hết hẳn. Bạn đi vào và xem 10 phút cuối. Bạn thấy mọi vấn đề trong câu chuyện đều đã được giải quyết và mọi người đều vui vẻ ở phần cuối phim.

13. Nguyên gốc: End-of-the-Movie.

Sau đó, bạn đi ra và chờ một lúc trước khi bộ phim bắt đầu lại. Bạn quay lại, xem lại bộ phim từ đầu. Lúc này, bạn đã biết trước kết phim sẽ như thế nào, bạn biết mọi thứ đều sẽ ổn, mọi nút thắt, mâu thuẫn trong câu chuyện đều sẽ được giải quyết. Vì vậy, bạn thoải mái hơn mỗi khi các màn mới được hé mở. Bạn thưởng thức mọi cảnh quay mà không bị quá xúc động vì bạn biết kiểu gì nó cũng kết thúc có hậu.

Cũng như vậy, hãy sử dụng cách này với bài diễn thuyết của bạn. Tưởng tượng rằng khi kết thúc, mọi người đồng loạt đứng lên cười và vỗ tay. Vậy là bạn đã hoàn thành xuất sắc. Bạn thấy hạnh phúc, tự hào và phấn khích. Những người quen của bạn trong số khán giả đang cười với bạn, bày tỏ sự trân trọng và hài lòng. Đó sẽ là đoạn kết của bài diễn thuyết dù bạn vẫn chưathực sự bắt đầu.

Bạn có thể thực hành phương pháp này một mình, lặp đi lặp lại trước khi nói. Bạn sẽ ngạc nhiên khi thấy hầu hết bài nói của bạn kết thúc y như bạn hình dung.

Hiện thực hóa

Có một phát hiện quan trọng là tiềm thức của bạn không phân biệt được sự kiện thực tế và những gì bạn hình dung. Ví dụ như, bạn có một trải nghiệm thực tế thành công, tiềm thức của bạn chỉ ghi nhận nó là một trải nghiệm thành công. Việc ghi nhớ trải nghiệm này sẽ giúp bạn tự tin hơn trong lần trải nghiệm tới, đặc biệt trong việc thuyết trình.

Tuy nhiên, nếu bạn hình dung, cảm xúc hóa và tưởng tượng ra

thành công, dù đã có hay chưa, chừng nào tiềm thức của bạn còn hoạt động, bạn sẽ có thể có được sự thành công đó trong đời thật. Vì vậy, chỉ cần hình dung và lặp lại một cách tích cực về những bài nói 10, 20 hay 50 lần trong đầu, tiềm thức của bạn sẽ ghi nhận bạn đã từng có 10, 20 hay 50 bài nói thành công, tất cả đều kết thúc bằng tràng pháo tay của cả khán phòng và khán giả đều rất hài lòng.

Khi luyện tập phương pháp này, bạn lặp đi lặp lại hình ảnh thành công trong đầu, tiềm thức của bạn cuối cùng cũng bị thuyết phục rằng bạn rất giỏi thuyết trình và bạn luôn cảm thấy bình tĩnh, sáng suốt, tự tin và sẽ trở thành một chuyên gia trong lĩnh vực này.

Khi kết hợp cả ba phương pháp – suy nghĩ, hình dung, cảm xúc hóa – bạn đang lập trình cho tiềm thức hình ảnh về sự thành công và chuẩn bị cho bản thân có thể nói tốt trước khán giả của mình.

Bước cuối cùng tạo dựng sự tự tin

Có rất nhiều cách vô cùng hiệu quả để chuẩn bị tâm lý trước khi nói trước đám đông. Nhưng có rất ít cách giúp người nói có thể bình tĩnh ngay lập tức để thể hiện bài nói được tốt hơn.

Kiểm tra lại

Trước giờ G, bạn cần đến sớm và kiểm tra lại địa điểm. Đi lên sân khấu, đứng sau bục. Đi xung quanh phòng để biết mình sẽ đứng nói như thế nào từ góc nhìn của người nghe.

Nói chuyện với những người đến sớm, hỏi xem họ đến từ đâu, đang làm gì. Hỏi tên và cho họ biết tên của bạn. Nói chuyện với càng nhiều người nghe trước khi bắt đầu bài nói, bạn sẽ càng cảm thấy thoải mái, giống như đang nói chuyện với những người bạn.

Khi giới thiệu và bắt đầu diễn thuyết, hãy tìm những khán giả bạn đã nói chuyện trước đó, nhìn họ, mỉm cười và tạo cho họ cảm giác đang được giao tiếp trực diện như những người bạn cũ. Điều này sẽ khiến bạn thoải mái, bình tĩnh và kiểm soát được tình hình.

Tập thở để thư giãn

Trước khi nói, bạn cũng có thể thư giãn bằng cách hít thở sâu nhiều lần. Tôi thường gọi công thức tốt nhất cho việc này là phương pháp "7 x 7 x 7". Những gì bạn cần làm là hít thật sâu và đếm từ một đến bảy. Sau đó nín thở và đếm từ một đến bảy rồi thở

ra, cũng đếm từ một đến bảy.

Lặp lại bài tập thở này bảy lần, hít vào, nín thở, thanh lọc suy nghĩ, bình tĩnh, kiểm soát nỗi sợ và chuẩn bị nói thật tốt.

Tạo động lực

Trước khi giới thiệu, hãy tự nói với bản thân rằng, "Đây là bài nói tuyệt vời! Tôi rất nóng lòng để thực hiện nó! Nó sẽ rất tuyệt!". Nhắc đi nhắc lại câu "Mình yêu mình quá! Mình yêu mình quá! Mình yêu mình quá!".

Hãy nói thật cảm xúc như thể bạn đang cố gắng thuyết phục mọi người rằng bạn thật sự tin vào những điều đó. Cách bạn nói với bản thân càng chân thành, ảnh hưởng của nó lên tiềm thức và hành động của bạn càng rõ ràng.

Cử động ngón chân

Một cách giúp bạn thêm tự tin và giảm bớt nỗi sợ là cử động ngón chân mỗi lần lên nói. Khoa học đã chỉ ra rằng mỗi khi vui mừng hay phấn khích, đặc biệt lúc còn bé, bạn thường cử động ngón chân. Làm việc này trước khi nói sẽ giúp bạn suy nghĩ tích cực và nhiệt tình hơn. Nó cũng làm bạn cười và cảm thấy vui hơn. Luôn nhớ rằng, hành động tạo ra cảm xúc cũng tương tự như cảm xúc tạo ra hành động vậy.

Xoay vai

Phản ứng lo lắng của một người trước khi nói thường sẽ dồn về lưng và vai, vì vậy, bạn có thể thư giãn bằng cách xoay vai nhiều lần. Vung và thả lỏng tay giống như khi đang vẩy nước cho khô tay. Hành động này sẽ giúp giải tỏa căng thẳng, lo lắng. Khi kết hợp hít thở sâu, xoay vai, lắc tay và cử động ngón chân, bạn sẽ cảm thấy thoải mái, vui vẻ và sẵn sàng bắt đầu bài nói.

Đứng thẳng

Khi đứng nói, luôn ngẩng đầu và thẳng lưng. Tưởng tượng rằng có sợi dây nối đầu bạn với trần nhà, giữ cho đầu ngẩng lên và lưng thẳng, tạo cho bạn thái độ tự tin, mạnh mẽ.

Nghĩ về người nghe

Bạn cần tìm cách để đặt mình ở vị trí kiểm soát được tâm trí của người nghe. Ví dụ, trước khi nói, hình dùng rằng khán giả là

những người đang nợ tiền bạn. Họ đến để xin gia hạn thêm thời gian.

Bạn cũng có thể hình dung người nghe chỉ đang mặc nội y. Hình ảnh này sẽ giúp bạn tự cười bản thân, giảm căng thẳng và làm bài nói hiệu quả hơn. Khi nghĩ như vậy về khán giả của bạn, bạn sẽ thoải mái hơn rất nhiều khi nói chuyện với họ.

Biết ơn

Một cách tuyệt vời để tăng độ tự tin của bạn là bày tỏ sự biết ơn vì đã cho bạn cơ hội để thuyết trình cho họ. Tự nói với bản thân rằng "Tôi rất biết ơn vì có cơ hội để chia sẻ với khán giả của mình. Xin cảm ơn! Xin cảm ơn! Xin cảm ơn!". Hình dung rằng bạn thật sự quan tâm đến người nghe. Lặp đi lặp lại với chính mình "Tôi yêu họ! Tôi yêu họ! Tôi yêu họ!" ("I love my audience!")

Các diễn giả chuyên nghiệp thường quen với thuật ngữ "đặc ân của mỗi cơ hội" ("the privilege of the platform"). Mỗi khi có cơ hội được thuyết trình, hãy luôn nghĩ về những đặc ân bạn có để được tiếp xúc và chia sẻ suy nghĩ của mình cho những người đặc biệt. Bạn càng trân trọng cơ hội được nói trước họ, bạn càng cảm thấy tích cực và nhiệt tình hơn với những gì mình chuẩn bị nói.

Bạn càng quý mến và quan tâm đến khán giả của mình, bạn càng tự tin hơn. Việc coi họ như những người bạn luôn yêu quý bạn, muốn bạn quay trở lại cũng giúp bạn thoải mái hơn khi nói.

Vấn đề không phải là bạn

Cuối cùng, hãy nhớ rằng vấn đề không phải là bạn, mà là họ. Thoát khỏi những suy nghĩ về bản thân và các mối bận tâm xoay quanh bạn hay những gì mọi người nghĩ về bạn. Thay vào đó, hãy suy nghĩ về khán giả của bạn, cảm xúc của họ và chỉ nghĩ về họ.

Bạn của tôi, Cavett Robert, người sáng lập Hiệp hội Diễn giả Quốc gia – một người tuyệt vời, từng nói rằng, là một diễn giả trẻ, anh có thể chạy lên sân khấu với thái độ theo kiểu "Tôi đây rồi!" Tuy nhiên, anh chỉ có thể bắt đầu trở thành một diễn giả xuất sắc khi thay đổi thái độ đó. Thay vì chạy vội lên sân khấu và nghĩ "Tôi đây rồi!", anh nghĩ "Ồ! Các bạn đây rồi!"

Khi bắt đầu nhìn khán giả và thấy căn phòng lúc đó thật tuyệt vời, đặc biệt, ấm áp, quyến rũ và những con người đó thật thú vị, bạn sẽ cảm nhận được thái độ "Ồ! Các bạn đây rồi!" và nỗi sợ sẽ biến mất. Bạn sẽ bình tĩnh, tự tin, ấm áp, thân thiện và suy nghĩ tích

cực hơn. Và lúc này, bạn đang trên đường trở thành diễn giả xuất sắc nhất trong lĩnh vực của mình.

Kết luận

Rèn luyện tư duy giống như rèn luyện cơ thể, đều dựa trên việc thực hành, tập luyện thường xuyên. Khi áp dụng các phương pháp và kỹ thuật để giữ bình tĩnh và kiểm soát tinh thần, tư duy khi nói, bạn sẽ thoải mái, tự tin hơn và kiểm soát hoàn toàn thời gian bạn có.

Chương 4
KHỞI ĐẦU ẤN TƯỢNG VỚI NGƯỜI NGHE

Khởi đầu là phần quan trọng nhất trong mọi công việc, đặc biệt với những thứ mới và nhạy cảm, vì đó là lúc bạn định hình tính cách và gây ấn tượng như mong muốn.

— PLATO —

Chắc hẳn bạn đã từng nghe nói "Ấn tượng đầu tiên rất quan trọng, bạn sẽ không thể có cơ hội thứ hai để tạo ấn tượng tốt ban đầu", hay "Khởi đầu tốt là đã thành công một nửa".

Khi bắt đầu bài diễn thuyết, bạn cần tập trung để tạo ấn tượng ban đầu thật tốt với khán giả. Điều này sẽ khiến họ cởi mở hơn, sẵn sàng lắng nghe bạn hơn và bạn cũng có thể dễ dàng tác động lên họ hơn.

Phần giới thiệu

Nếu tại buổi thuyết trình có người giới thiệu trước cho bạn, đó được coi là phần giới thiệu mào đầu. Mục đích của nó là để tạo kỳ vọng cho khán giả, làm họ mong chờ những gì bạn sắp nói. Vì vậy, bạn cần chuẩn bị thật kỹ phần mở đầu này cho mình.

Phần giới thiệu tốt sẽ là phần đặt nền tảng cho buổi thuyết trình, bằng cách chia sẻ với khán giả những thành tựu của bạn, sau đó dẫn đến chủ đề của bài nói, cuối cùng mới là tên của bạn. Tùy từng chủ đề và độ dài của bài diễn thuyết, phần mở đầu có thể thu gọn hoặc mở rộng ra.

Bạn có thể tham khảo ví dụ sau: "Diễn giả trong buổi tối ngày hôm nay của chúng ta đã xây dựng 22 doanh nghiệp và kiếm được hơn một triệu đô-la trong tám công ty khác nhau. Ngày hôm nay, ông sẽ chia sẻ với chúng ta biết 'nỗ lực thật sự để thành công trong kinh doanh'. Xin hãy cùng cho một tràng pháo tay để chào đón ông Brian Tracy".

Phần giới thiệu dài hơn có thể thêm vài thông tin chi tiết về tiểu sử, thành tựu của diễn giả, đặc biệt là những thông tin có liên quan đến chủ đề của bài nói. Mấu chốt vẫn là tạo sự kỳ vọng và tin tưởng cho khán giả, để họ luôn trong trạng thái "Tôi không thể chờ đợi lâu hơn để nghe những gì diễn giả này sắp nói".

Sau khi giới thiệu

Có rất nhiều việc phải làm sau phần giới thiệu và trước khi bạn bắt đầu bài diễn thuyết, vì vậy hãy luôn ghi nhớ năm bước tiếp theo trong đầu khi đứng trên sân khấu. Chúng sẽ giúp bạn tạo ấn tượng tốt với người nghe và tạo sắc thái cho bài diễn thuyết của bạn.

Tự tin bước lên

Khi được giới thiệu, hãy bước lên bục và bắt tay người dẫn chương trình. Bạn có thể ôm người đó nếu hoàn cảnh phù hợp. Sau đó để họ rời sân khấu và quay trở lại với khán giả của bạn.

Bắt đầu với việc khiến khán giả yên lặng và tập trung. Mỉm cười và từ từ đưa mắt một vòng quanh phòng trong vài giây như thể bạn đang rất vui khi được gặp mọi người ở đó.

Khi bạn đứng yên và mỉm cười, khán giả sẽ rất nhanh chóng ổn định, trật tự và tập trung, chờ bạn bắt đầu. Khi đã có sự tập trung nhất định, mọi người đều đã yên lặng, hãy bắt đầu bằng một câu nói gây ấn tượng, rõ ràng, thân thiện, thú vị, thu hút sự chú ý và dẫn dắt mọi người vào bài diễn thuyết, bám sát từng ý bạn đưa ra.

Hoàn hảo đến từng centimet

Nguyên tắc là không được để khán giả mất tập trung vì quần áo hay ngoại hình của bạn. Ấn tượng ban đầu với bạn sẽ được hình thành ngay trong 30 giây đầu tiên. Vì vậy, hình ảnh, trang phục, đầu tóc và tư thế của bạn là rất quan trọng.

Ngoại hình của bạn sẽ cho người nghe thấy bạn là người thế nào và bạn nhìn nhận bản thân ra sao. Đó cũng là phương tiệnđể bạn

thể hiện hình ảnh cá nhân. Ngoài ra, ngoại hình còn cho thấy bạn tôn trọng khán giả của mình đến đâu. Phương châm là: "Chưa tốt lắm nghĩa là rất tệ".

Nhiều diễn giả nghĩ rằng việc xuất hiện trước mặt người nghe với trang phục thường ngày như vừa làm vườn về sẽ tạo ấn tượng khá thú vị. Nhưng trái lại, như vậy chỉ khiến người nghe nghĩ rằng bạn không tôn trọng bản thân cũng như không tôn trọng họ. Ấn tượng này sẽ làm giảm giá trị của những gì bạn nói.

Khách hàng của tôi thường tổ chức họp thường niên tại các khu nghỉ dưỡng đẹp ở miền Nam và miền Tây. Và họ sẽ nói, "Mọi người có thể mặc các loại trang phục thông thường", nghĩa là tôi có thể đến đó trong trang phục hằng ngày. Nhưng tôi không bao giờ làm vậy. Nguyên tắc là luôn mặc trang trọng hơn khán giả của mình. Bạn phải luôn trông thật chuyên nghiệp.

Tôi có một người bạn là diễn giả trẻ chuyên nghiệp nhưng lớn lên trong một gia đình nghèo khó. Vì vậy, anh ấy không hề có khái niệm ăn mặc trang trọng hay lựa chọn phụ kiện phù hợp. Vào dịp Giáng sinh, có người tặng anh ấy một chiếc nhẫn vàng đính một viên hồng ngọc lớn. Anh ấy đã đeo nó, đưa tay qua lại trước mặt khán giả và nghĩ rằng nó rất thu hút.

Một lần, sau khi kết thúc bài diễn thuyết của mình, một người trong ban tổ chức gọi riêng anh ra và nói, "Anh làm rất tốt, thông điệp đưa ra rất hay, nhưng khi đeo chiếc nhẫn đó, trông anh như gã cò mồi vậy".

Anh ấy không hề ý thức được rằng mình đã gây ra ấn tượng xấu như vậy, liền tháo chiếc nhẫn ra và không bao giờ đeo nó nữa.

Tạo kỳ vọng

Việc đầu tiên của bạn là tạo kỳ vọng cho khán giả, khiến họ cảm thấy hài lòng khi đến với buổi diễn thuyết, cởi mở, háo hức và sẵn sàng lắng nghe.

Luôn nhớ rằng khán giả luôn muốn bạn thành công. Họ đứng về phía bạn, thật lòng muốn được nghe một bài nói hay. Và những từ đầu tiên bạn nói sẽ giúp họ xác nhận lại điều đó.

Quan trọng là phải khiến khản giả thích bạn ngay từ đầu. Khán giả càng thích bạn, họ sẽ càng cởi mở và sẵn sàng tiếp thu thông điệp của bạn và không phản đối lại các luận điểm có thể gây tranh cãi mà bạn đưa ra.

Kiểm soát

Khi diễn thuyết, bạn giống như một nhà lãnh đạo. Khán giả muốn bạn kiểm soát tình hình, dẫn dắt toàn bộ những người đang ngồi trong phòng, hành động như thể bạn là nhà lãnh đạo và mọi người đều là nhân viên của bạn. Họ sẽ làm theo yêu cầu của bạn.

Khi được giới thiệu, hãy đi thẳng đến vị trí của mình, đứng thẳng, mỉm cười tự tin, mắt mở to và ngẩng cao đầu. Bạn hãy di chuyển với những bước chân khỏe khoắn tràn đầy năng lượng và dứt khoát.

Khi bắt đầu nói, bạn hãy chú ý vào một vài khán giả nhất định. Bắt đầu bằng cách nói chuyện trực tiếp và nhiệt tình với họ. Sau đó, chuyển sang một người khác, rồi người tiếp theo, tiếp theo nữa. Việc tương tác trực tiếp này sẽ giúp bạn bình tĩnh lại, kiềm chế nỗi sợ và tăng sự gắn kết với mọi người trong khán phòng.

Chân thành và khiêm tốn

Cách tốt nhất để tạo thiện cảm với khán giả là thái độ chân thành và khiêm tốn.

Bạn sẽ tạo được hình ảnh chân thực nếu chân thành và cởi mở. Bạn có thể tỏ ra ngại ngùng một chút, choáng ngợp một chút khi sự chú ý của khán giả tập trung vào bạn. Mỉm cười cởi mở và nhìn khán giả một vòng quanh phòng.

Bạn tỏ ra khiêm tốn bằng cách không thể hiện mình biết mọi thứ hay tự coi mình có địa vị cao hơn khán giả. Có những lần, sau màn giới thiệu đầy tâng bốc, tôi bước ra và nói với người giới thiệu, “Xin cảm ơn. Bạn đã nói chính xác những gì vợ tôi viết. Chứ đến giờ tôi vẫn không có cách nào bảo lũ trẻ ở nhà lên giường đi ngủ”.

Các cách để bắt đầu một bài nói

Lúc này, bạn đã đứng dưới ánh đèn sân khấu, vậy làm thế nào để làm chủ nó? Có nhiều cách để bạn có thể bắt đầu bài nói hiệu quả. Tất cả đều nhằm mục đích gắn kết bạn với khán giả ngay từ những giây đầu tiên để mọi người tập trung chú ý vào bạn trong suốt bài nói.

Cảm ơn ban tổ chức

Bạn có thể bắt đầu bằng lời cảm ơn khán giả đã có mặt và cảm ơn ban tổ chức đã mời bạn đến diễn thuyết. Nhắc đến người đã giới

thiệu bạn hoặc những người quan trọng trong đơn vị đó đang ngồi dưới hàng ghế khán giả. Bạn có thể khen họ, khiến họ tự hào và hạnh phúc về màn giới thiệu của bạn, khiến cho việc kết nối với khán giả giống như việc cắm phích vào ổ cắm vậy.

Bắt đầu với những điều tích cực

Bắt đầu bằng việc khẳng định với người nghe rằng họ chắc chắn sẽ thích và hứng thú với những gì bạn nói. Ví dụ, bạn có thể nói: "Tối nay các bạn chắc chắn sẽ thấy rất thú vị. Tôi sẽ chia sẻ với các bạn vài ý tưởng đặc biệt quan trọng gần đây tôi mới phát hiện ra".

Khen ngợi người nghe

Bạn cũng có thể khen ngợi khán giả một cách chân thành và tôn trọng. Mỉm cười với họ như thể bạn rất vui khi được gặp họ, coi họ như những người bạn cũ đã lâu mới gặp.

Nói với họ rằng bạn rất hân hạnh khi được xuất hiện vào lúc đó, rằng họ là những người quan trọng nhất trong ngành, và bạn luôn muốn chia sẻ vài ý tưởng với họ. Bạn có thể nói như sau, "Tôi rất hân hạnh được có mặt ở đây ngày hôm nay. Các quý vị trong khán phòng này là số ít những người đứng đầu, chỉ chiếm 10% trong ngành. Chỉ có những người xuất sắc nhất trong lĩnh vực này mới dành thời gian đi cả một chặng đường xa đến buổi hội thảo hôm nay".

Kích thích, gợi mở tư duy của khán giả

Thường khi nói chuyện với các thành viên trong một nhóm doanh nghiệp hoặc trong một mạng lưới, tôi sẽ bắt đầu bằng câu: "Cảm ơn đã cho tôi cơ hội có mặt ở đây. Ban tổ chức có nói với tôi rằng hôm nay tôi sẽ được nói chuyện với rất nhiều triệu phú đi lên từ con số không".

Sau câu nói đó, tôi đứng yên lặng một lúc, mỉm cười và nhìn xung quanh, để câu nói đó lan tỏa, rồi tiếp tục: "Theo những gì tôi biết được thì mọi người ở đây đều là triệu phú tự lực hoặc có ý định đó trong tương lai, đúng không ạ?"

Phần mở đầu này sẽ luôn nhận được tiếng đồng thanh rất to: "Đúng!" Mọi người đều vui vẻ và đồng ý rằng mục đích của họ là trở thành triệu phú. Sau đó, ai ai cũng sẽ rất tập trung, chú ý và sẵn sàng nghe bạn nói.

Đề cập đến những sự kiện hiện tại

Dùng một tin tức nào đó gần nhất để dẫn đến chủ đề bài diễn thuyết hoặc minh họa cho luận điểm của mình cũng là cách khởi đầu hay. Bạn có thể mang theo tờ báo hay tạp chí đăng tin đó để đưa lên cho khán giả xem tham khảo trong phần mở đầu. Hình ảnh trực quan khi bạn cầm tờ báo, trích dẫn hay đọc lại vài ý chính sẽ thu hút được sự chú ý của khán giả và khiến họ bám sát vào những gì bạn nói.

Sự kiện lịch sử

Tôi từng học lịch sử quân đội trong rất nhiều năm. Đặc biệt, tôi nghiên cứu kỹ về cuộc đời, các chiến dịch của những vị tướng vĩ đại và những trận đánh quyết định họ đã giành chiến thắng như thế nào. Nhân vật tôi ưa thích nhất là Alexander
Đại Đế.

Một hôm, tôi được mời nói về kỹ năng lãnh đạo trước rất nhiều nhà quản lý của 500 công ty khác nhau. Tôi nghĩ chiến dịch Alexander Đại Đế chống lại Darius từ Ba Tư có thể là câu chuyện tuyệt vời để mô tả về kỹ năng lãnh đạo của một vị tướng tài giỏi trong lịch sử. Tôi đã bắt đầu bài nói như sau:

Ngày xưa, có một anh thanh niên trẻ tên là Alex, lớn lên ở một vùng quê nghèo. Tuy nhiên, anh lại là người có tham vọng vô cùng lớn. Từ nhỏ, anh đã quyết tâm sẽ chinh phục cả thế giới. Vấn đề là, hầu hết các vùng đất được biết đến đều đang nằm dưới sự kiểm soát của Đế chế Ba Tư hùng mạnh, trị vì bởi vua Darius Đệ Nhị. Để đạt được tham vọng của mình, Alex sẽ phải tranh giành để phân chia lại lãnh thổ với đế chế đệ nhất lúc bấy giờ.

Đây là tình huống tương tự giữa bạn và các đối thủ cạnh tranh lớn trên thị trường hiện nay. Bạn sẽ phải sử dụng mọi kỹ năng lãnh đạo bạn có để giành được chiến thắng trên mặt trận này.

Nhắc đến một người nổi tiếng

Bạn có thể bắt đầu bằng việc trích dẫn câu nói của một người nổi tiếng hoặc trong một ấn phẩm gần nhất. Ví dụ như:

Ngày hôm nay chúng ta sẽ nói về việc tại sao người này lại kiếm được nhiều tiền hơn người kia. Gary Becker, nhà kinh tế học đoạt giải Nobel, từng viết rằng hầu hết sự chênh lệch thu nhập ở Mỹ đều bắt nguồn từ sự thiếu kiến thức và kỹ năng. Trong vài phút tới, tôi sẽ chỉ cho bạn thấy cách để phát triển kiến thức và kỹ năng cần thiết để thu hẹp khoảng cách này lại và dẫn đầu thị trường của bạn trong vài năm tới.

Còn đây là một ví dụ khác: một trong những đề tài tôi hay nói là tầm quan trọng của việc không ngừng phát triển cá nhân và sự nghiệp. Tôi sẽ nói những điều dạng như, "Trong thế kỷ 21, kiến thức và kỹ năng là chìa khóa để thành công. Như huấn luyện viên bóng rổ Pat Riley cũng từng nói, 'Nếu bạn không tiến bộ thì bạn sẽ thụt lùi'".

Nhắc lại một cuộc hội thoại trước đó

Bắt đầu bằng việc kể lại câu chuyện trước đó bạn từng nói với một vài người tham dự. Ví dụ, tôi có thể nói, "Vài phút trước, tôi đang nói chuyện với Tom Robinson ở sảnh. Anh ấy đã nói với tôi rằng bây giờ là giai đoạn tốt nhất để đầu tư và làm việc trong ngành này. Tôi hoàn toàn đồng ý với điều đó".

Đưa ra tuyên bố gây sốc

Bạn có thể bắt đầu bằng việc nói những câu gây sốc. Ví dụ, "Theo một nghiên cứu gần đây, ngành này sẽ có nhiều thay đổi hơn, cạnh tranh cao hơn cũng như nhiều cơ hội hơn bao giờ hết trong năm tới. Và 72% quý vị ngồi đây sẽ phải chuyển việc nếu không kịp thích ứng với những thay đổi chóng mặt đó".

Mang lại hy vọng

Nhà tâm lý học xã hội người Pháp Gustave Le Bon từng viết, "Tín ngưỡng duy nhất của loài người luôn là hy vọng".

Bài diễn thuyết hiệu quả là bài diễn thuyết đem lại hy vọng cho mọi người. Nhớ rằng, mục đích cao nhất của diễn thuyết là tạo cảm hứng để thay đổi suy nghĩ, cảm xúc và hành động của người nghe. Nó cũng giúp tạo động lực và truyền cảm hứng cho mọi người làm những việc họ sẽ chẳng bao giờ làm nếu không được nghe những gì bạn nói. Mọi thứ bạn nói đều liên quan, ảnh hưởng đến những việc mọi người muốn làm và lý do để làm việc đó.

Có thể vận dụng khiếu hài hước

Bạn cũng có thể bắt đầu bằng khiếu hài hước của mình, nếu bạn là người vui tính. Bạn cần chắc rằng khán giả sẽ hiểu câu chuyện cười của bạn. Vì vậy, bạn có thể thử vài lần với nhiều mẫu người khác nhau để kiểm chứng khiếu hài hước của mình. Chỉ kể những câu chuyện thật sự buồn cười, bạn mới có thể truyền tải được nó đến người nghe và được mọi người ủng hộ.

Một vài diễn giả nổi tiếng cũng hay bắt đầu bằng câu chuyện cười

châm biếm để phá bỏ rào cản với người nghe và thu hút sự chú ý của họ. Tuy nhiên đây là cả một nghệ thuật. Chỉ người có khiếu hài hước mới nên sử dụng.

Có một điều quan trọng cần ghi nhớ. Đó là bạn có thể dễ dàng bắt đầu câu chuyện cười bằng nhiều cách. Tôi thường dùng nó với hầu hết các bài nói của mình. Sau đó tôi nhận ra rằng ấn tượng ban đầu sẽ quyết định không khí của cả buổi. Nếu tôi bắt đầu bằng một câu chuyện hài hước, khán giả sẽ nghĩ ngay đây là bài nói hài hước và giải trí. Nếu sau đó tôi chuyển sang đề tài nghiêm túc và cần suy ngẫm, mọi người sẽ thấy khó hiểu và thất vọng. Hãy cẩn thận.

Trở thành một nghệ sĩ hài

Bill Gove, một trong những diễn giả giỏi nhất nước Mỹ, có thể bước ra sân khấu sau phần giới thiệu như vừa kết thúc cuộc nói chuyện với ai đó bên dưới để phá băng và bắt đầu bài nói. Khán giả của ông luôn cảm thấy toàn bộ bài diễn thuyết chỉ như việc họ đang tiếp nối một cuộc hội thoại trước đó.

Bill cũng thường đi đến góc sân khấu, hạ giọng đầy bí ẩn, dang tay và vẫy khán giả lại gần hơn. Ông hay nói: "Nào, lại đây, để tôi nói với bạn điều này", vẫy họ lại như muốn kể với cả phòng một bí mật nào đó.

Kỳ diệu là mọi người trong phòng đều háo hức với bí mật đó rồi bật cười với chính hành động đó của mình. Đó là cách rất hay để nắm được tâm lý khán giả trong lòng bàn tay.

Hỏi một câu hỏi hoặc khảo sát ngắn

Bạn cũng có thể mở đầu bằng việc đưa ra những nhận định tích cực rồi hỏi vài câu hỏi để khán giả giơ tay trả lời. Thử những câu dạng như: "Đây là thời điểm lý tưởng để sống và kinh doanh ở Mỹ. Nhân tiện, có bao nhiêu người ngồi đây đang tự kinh doanh?"

Tự giơ tay để ra dấu cho người nghe điều bạn muốn họ làm. Tôi từng dùng cách này và sau một vài cánh tay giờ lên, tôi nói chuyện với một người trước mặt, "Có bao nhiêu người ở đây thật sự là đang tự kinh doanh?"

Và như mọi lần, một vài người sẽ nói, "Chúng tôi đều như vậy!"

Sau đó tôi khen ngợi và khẳng định lại câu trả lời: "Bạn nói đúng! Chúng ta đều đang tự kinh doanh, từ ngày đầu tiên đi làm cho đến

khi nghỉ hưu; chúng ta đều làm cho bản thân, dù là ai trả lương đi nữa."

Để khán giả giao lưu với nhau

Bạn có thể yêu cầu khán giả quay sang thảo luận với người bên cạnh về một quan điểm nhất định. Ví dụ, bạn có thể nói, "Hãy nói với người ngồi cạnh những gì bạn muốn học được trong buổi hội thảo này".

Dù bạn yêu cầu khán giả làm gì, chỉ cần hợp lý, chắc chắn họ sẽ làm. Yêu cầu của bạn cùng khả năng lãnh đạo sẽ dễ dàng ảnh hưởng đến họ, chừng nào bạn còn tỏ ra đủ tự tin.

Mở ra vấn đề

Bạn cũng có thể bắt đầu bằng một vấn đề cần phải giải quyết. Nếu đó là vấn đề ai cũng gặp phải, ngay lập tức khán giả sẽ chú ý và tập trung về phía bạn. Ví dụ, bạn có thể nói:

Một khảo sát cho thấy 63% người trẻ ngày nay đến tuổi nghỉ hưu sẽ không có đủ tiền tiết kiệm để dưỡng lão. Chúng ta cần nhận thức sớm về vấn đề này và hành động ngay để đảm bảo mỗi người khi về hưu sẽ có thể sống thoải mái trong quãng đời còn lại.

Đưa ra chủ đề, đặt câu hỏi

Bạn có thể bắt đầu bằng cách đưa ra chủ đề đáng lưu ý rồi đặt câu hỏi. Sau đó, bám sát vào câu trả lời để hỏi tiếp những câu hỏi khác. Việc này khiến người nghe ngay lập tức tham gia vào câu chuyện và lắng nghe mọi lời nói của bạn. Ví dụ:

"80% của cải trong xã hội được tạo ra chỉ bởi 20% dân số. Bạn có nằm trong số 20% đó? Nếu không, bạn có muốn gia nhập vào con số đó? Hay thậm chí nằm trong top 10%? Vậy thì chỉ vài phút nữa thôi, tôi sẽ chỉ cho bạn vài cách có thể giúp bạn trở thành một trong số những người có thu nhập cao nhất trong xã hội. Bạn có đồng ý với mục đích chung đó của chúng ta hôm nay không?"

Đây là phương pháp tâm lý khiến mọi người vô thức trả lời khi được hỏi. Dù bạn đặt câu hỏi ở bất kỳ dạng nào, người nghe cũng sẽ tự động trả lời bạn, kể cả chỉ nghĩ thầm trong đầu.

Khi bạn hỏi, "Có bao nhiêu người ở đây muốn tăng gấp đôi thu nhập trong một đến hai năm tới?", hầu hết khán giả sẽ giơ tay hoặc nói có rất bản năng.

Khi bạn đặt câu hỏi và dừng vài giây để người nghe suy nghĩ, bạn sẽ hoàn toàn kiểm soát được họ. Sự thật là người đặt câu hỏi sẽ kiểm soát được cuộc đối thoại và người trả lời.

Kể cả người đó không nói ra, họ cũng không thể không nghĩ về câu trả lời. Tôi thường chứng minh quan điểm này bằng việc hỏi một câu rất đơn giản như, "Xe của bạn màu gì?"

Khán giả của bạn sẽ ngay lập tức nghĩ đến câu trả lời. Khi tôi hỏi, "Địa chỉ nhà bạn ở đâu?", mọi người sẽ ngay lập tức nghĩ đến địa chỉ của họ. Họ không thể không trả lời khi được hỏi.

Bắt đầu bằng một câu chuyện

Bạn cũng có thể bắt đầu bằng việc kể một câu chuyện. Một trong những cụm từ rất dễ gây sự chú ý là "Ngày xửa ngày xưa…"

Trong suốt tuổi thơ của mình, ai cũng thích nghe kể chuyện. Khi bắt đầu với cụm từ "Ngày xửa ngày xưa…", bạn như đang chuẩn bị kể câu chuyện nào đó với khán giả. Mọi người ngay lập tức sẽ ổn định, yên lặng và lắng nghe bạn nói như những đứa trẻ đang ngồi quanh đống lửa trại. Trong những buổi hội thảo kéo dài cả ngày, khi muốn mọi người quay lại chỗ ngồi sau thời gian nghỉ, tôi sẽ nói thật to, "Ngày xửa ngày xưa, có một người đàn ông nọ, ở ngay thành phố này…"

Ngay khi tôi nói vậy, mọi người đều nhanh chóng quay lại chỗ ngồi và bắt đầu chăm chú lắng nghe câu chuyện.

Tạo cầu nối

Một trong những điểm quan trọng cần chú ý khi bắt đầu bài diễn thuyết là phải tạo được cầu nối giữa bạn và người nghe. Bạn nên bắt đầu bằng một điểm chung giữa bạn và khán giả của mình. Đó có thể là câu chuyện về những gì bạn đang làm hiện tại hoặc trước đó liên quan đến lĩnh vực của họ. Bạn có thể có con, giống như họ. Bạn biết về thành phố họ đang sống hay đang tài trợ cho đội bóng địa phương. Bạn cũng có thể có chung mối quan tâm đến các vấn đề họ đang phải đối mặt trong cuộc sống hay công việc.

Dành vài phút để tạo cầu nối với khán giả, bạn sẽ ngay lập tức kéo được họ về phía mình. Họ sẽ coi bạn như "người cùng phe" và cởi mở hơn với những gì bạn nói. Họ cũng sẽ dễ dàng bỏ qua những lỗi bạn mắc phải. Họ sẽ đánh giá cao kiến thức và khả năng của bạn hơn.

Kể về bản thân

Trong nhiều bài diễn thuyết với các nhóm doanh nhân, doanh nghiệp, những người bán hàng,... tôi thường bắt đầu bằng câu chuyện: "Tôi khởi nghiệp khi còn chưa tốt nghiệp trung học. Gia đình tôi rất nghèo. Mọi thứ tôi có được hiện nay đều do tôi tự làm ra và nhờ sự giúp đỡ của một vài người".

Đáng ngạc nhiên là rất nhiều người đến gặp tôi sau đó đều nói đó cũng là những gì họ đã trải qua. Họ đồng cảm với tôi vì họ đều từng học rất kém và không có tiền đi học như bao người. Vì vậy, bài diễn thuyết của tôi được đón nhận vô cùng tích cực.

Kết luận

Bắt đầu bài diễn thuyết ấn tượng với khán giả là kỹ năng có thể rèn luyện được. Hiểu rõ về cấu trúc phần giới thiệu và cách làm chủ sân khấu sẽ giúp bạn khởi đầu thuận lợi. Chỉ cần tìm cách mở đầu thật nhiệt tình, thân thiện hay tác động đến tâm lý người nghe là bạn có thể kiểm soát được họ chỉ trong vòng 30 giây. Đó là mục tiêu bạn cần đạt được.

Chương 5

CUỘC HỌP CHUYÊN NGHIỆP VỚI CÁC NHÓM NHỎ

Người thông minh luôn khẳng định ngay từ đầu buổi thuyết trình những mục đích và lợi ích cụ thể mà nó có thể mang lại. Sau đó, vào cuối buổi, nhắc lại những ý đó và đưa ra kết luận có liên quan đến nội dung ban đầu.

— PETER DRUCKER[14] —

[14]. Peter Ferdinand Drucker (19/11/1909-11/11/2005): chuyên gia hàng đầu thế giới về tư vấn quản trị. Ông được coi là cha đẻ của ngành Quản trị kinh doanh hiện đại, là tác giả của nhiều cuốn sách quản lý nổi tiếng, trong đó có cuốn Những thách thức của quản lý trong thế kỷ XXI. Những đóng góp của ông được đánh giá rất cao, tạp chí Financial Times đã bình chọn ông là một trong bốn bậc thầy Quản lý của mọi thời đại (cùng với Jack Welch, Philip Kotler và Bill Gates).

Khả năng nói tốt và thuyết phục trong các cuộc họp nhỏ có thể tạo ra ảnh hưởng lớn tới cuộc sống và sự nghiệp của bạn. Trong kinh doanh, mọi người luôn tìm cách đánh giá bạn. Dù vô tình hay cố ý, họ luôn có thang điểm riêng về tính cách, khả năng, năng lực và mức độ tự tin của bạn. Vì vậy, bạn cần coi những buổi họp trong kinh doanh là sự kiện quan trọng trong công việc của mình. Bạn không thể vì một buổi họp chỉ có hai, ba người mà chuẩn bị qua loa được, nhất là khi 50% thời gian của quản lý dành hết cho các cuộc họp và hầu hết đều cảm thấy một nửa thời gian đó thật lãng phí với những kế hoạch và tổ chức thiếu chỉn chu.

Peter Drucker từng viết, “Cuộc họp là công cụ quan trọng của nhà điều hành”. Người điều hành là người chịu trách nhiệm cho các

kết quả. Theo định nghĩa này, hầu như ai cũng sẽ là nhà điều hành ở góc độ nào đó, kể cả chính bạn.

Các cuộc họp nhỏ rất quan trọng

Đa số các bài nói của bạn đều diễn ra với các nhóm nhỏ, đôi khi chỉ một đến hai người. Những buổi họp kiểu này cần được coi trọng như những buổi diễn thuyết lớn và cần được chuẩn bị, lên kế hoạch cẩn thận. Cách thể hiện của bạn có thể giúp bạn thăng tiến hoặc phá hỏng sự nghiệp của mình.

Vài năm trước, tôi từng tổ chức một buổi thực hành xây dựng kế hoạch chiến lược cho một công ty lớn. Giám đốc điều hành ở các khu vực và các chi nhánh của công ty được mời đến. Rất nhiều người trong số đó không quan tâm kế hoạch chiến lược được lập ra như thế nào. Tuy nhiên, có hai vị giám đốc điều hành trẻ đã chuẩn bị rất kỹ lưỡng và tham gia rất nhiệt tình trong suốt buổi thảo luận.

Vào giờ nghỉ, tôi tóm tắt lại cho chủ tịch công ty quá trình diễn ra buổi diễn thuyết hôm đó. Ông ấy nói, "Anh có thấy đóng góp quan trọng của hai người đó trong buổi thực hành này không?" Rõ ràng là hai người đó chuẩn bị kỹ hơn và tham gia sâu hơn những người khác. Ông ấy thực sự bị ấn tượng.

Khoảng một tháng sau, phần tin kinh doanh của một tờ báo địa phương đã đưa tin về việc hai người đó được thăng chức lên phó chủ tịch. Vài năm sau, một người đã trở thành chủ tịch của một công ty có trị giá một tỷ đô-la. Đóng góp của anh ta trong buổi hội thảo đó đã chứng minh hình ảnh một nhà lãnh đạo trẻ với mọi người và để lại tiếng vang trong suốt sự nghiệp của mình.

Vài tháng sau, công ty đó cũng ra quyết định về hưu sớm đối với một vài giám đốc chi nhánh trong số những người ngồi im lặng và không đóng góp gì vào buổi hôm đó. Sự nghiệp của họ trong công ty cũng chấm dứt từ đó.

Chuẩn bị cẩn thận, đầy đủ

Điểm khởi đầu cho buổi họp hiệu quả là sự chuẩn bị kỹ lưỡng. Mọi người sẽ dễ dàng nhận ra bạn có chuẩn bị cho bài thuyết trình hay không.

Nếu bạn tổ chức buổi họp đó, bạn cần lên kế hoạch cho nó. Chuẩn bị sẵn khung chương trình. Chọn khách mời, báo trước nội dung và những việc họ cần chuẩn bị. Sắp xếp, tổ chức buổi hôm đó như

một sự kiện quan trọng trong sự nghiệp của bạn.

Nếu bạn là người tham dự, bạn cũng cần chuẩn bị cho sự tham gia của mình. Xác định mục đích của buổi họp và đảm bảo bạn sẽ có đóng góp gì đó. Rất nhiều người tham gia các buổi họp trong công ty nhưng chỉ ngồi yên đến hết giờ. Không may là tất cả những người không nói gì được mặc định là không có gì để nói, và chắc chắn đó không phải là những gì bạn nghĩ khi ngồi đó và bạn cũng không hề muốn bị quy chụp như vậy.

Chú ý việc chọn vị trí

Bạn nên đến sớm để có thể chọn được vị trí phù hợp. Nếu bạn là chủ tọa, bạn nên chọn vị trí sát tường, đối diện với lối vào để quan sát được toàn bộ căn phòng và biết được người đến người đi. Khi tổ chức các buổi họp, đặc biệt là những buổi quan trọng, tôi thường sắp xếp vị trí cho từng người một, đảm bảo những người quan trọng sẽ được ngồi ở các vị trí quan trọng.

Nếu bạn là người tham dự, hãy chọn vị trí đối diện cửa ra vào, góc chéo phòng hoặc đối diện với diễn giả. Nếu không biết nên ngồi đâu, bạn có thể hỏi chủ tọa xem người đó muốn bạn ngồi ở vị trí nào. Tuy nhiên, bạn vẫn nên có quyết định riêng để chọn được vị trí phù hợp. Đừng ngại hỏi xem bạn có thể ngồi ở một vị trí nào hoặc xin ai đó đổi chỗ cho bạn để bạn có thể quay lưng vào tường hay có thể giao tiếp nhiều hơn, tương tác bằng mắt nhiều hơn với những người quan trọng trong buổi họp. Điều này rất quan trọng để bạn có thể đóng góp tích cực và thuyết phục trong buổi đó.

Đúng giờ

Hãy bắt đầu đúng giờ. Mặc định rằng ai đến muộn nghĩa là không đến nữa. Cảm ơn những người tham dự đã đến, đưa ra lý do của buổi họp và giới thiệu khung chương trình để người tham dự nắm được.

Các dạng cuộc họp

Các buổi họp thường được chia làm bốn dạng, bao gồm:

- Giải quyết vấn đề. Mục đích là để thảo luận về một vấn đề và đưa ra giải pháp.
- Chia sẻ thông tin. Mục đích là để chia sẻ thông tin mới, đưa ra quyết định, tuyên bố và đảm bảo mọi người đều nắm được những thay đổi hay những sự phân công mới.
- Ra mắt sản phẩm mới. Mục đích là để tất cả mọi người tham

dự làm quen với sản phẩm, dịch vụ mà công ty mới cung cấp hoặc dự định đưa ra thị trường.
- Hoạt động kết nối nhóm. Mục đích là để mang mọi người lại gần nhau hơn bằng cách chia sẻ những gì họ đang làm và thành quả họ đã đạt được. Hoạt động này rất hiệu quả trong việc phát triển tinh thần đoàn kết trong công ty.

Người chủ trì cuộc họp

Nếu bạn là chủ tọa của một cuộc họp, bạn cần chuẩn bị trước những gì cần nói để thông báo và truyền đạt tới người tham dự. Nếu sử dụng PowerPoint hay bảng biểu, bạn cần chuẩn bị và luyện tập trước thật kỹ lưỡng. Đảm bảo rằng bạn nắm được mọi nội dung cần thiết để tổ chức buổi họp đó một cách chuyên nghiệp và suôn sẻ.

Trong khung chương trình của bạn, hãy bắt đầu bằng những phần quan trọng trước để đảm bảo nếu thiếu thời gian vì việc thảo luận kéo dài ngoài dự kiến, bạn vẫn truyền tải được 20% nội dung chứa 80% giá trị của buổi hôm đó.

Người tham gia tích cực

Nếu bạn là người tham dự, hãy chọn ra một ý để đặt câu hỏi, đưa ra nhận xét hoặc tham gia tích cực ngay trong năm phút đầu tiên. Những người đặt câu hỏi, tham gia thảo luận trong năm phút đầu sẽ chiếm vai trò quan trọng hơn những người khác trong cuộc họp. Các ý kiến đưa ra về sau thường bị bỏ qua hoặc xem nhẹ.

Mục đích trong bất kỳ cuộc họp nào, dù ít hay nhiều người, là phải có hành động theo cách này hay cách khác. Ví dụ như khi nhóm thảo luận về từng ý, bạn hoặc ai đó sẽ phải đưa ra yêu cầu hoặc nhấn mạnh những việc cần làm sau khi kết thúc cuộc thảo luận và đi đến thống nhất.

Tình nguyện giữ trách nhiệm

Có một cách để có thể tham gia tích cực trong buổi họp là bạn hãy chủ động đề xuất những việc cần làm. Trong mọi tổ chức hay các nhóm, 20% nhân sự giải quyết 80% khối lượng công việc. Những người đề xuất hay yêu cầu được giao nhiệm vụ và thường xuyên xung phong nhận trách nhiệm đều được nhìn nhận là cá nhân quan trọng trong nhóm.

Khi thảo luận về một vấn đề, bạn nên hỏi: “Chúng ta cần lên kế hoạch hành động như thế nào với mục này? Chúng ta cần làm gì

tiếp theo?" Xung phong nhận trách nhiệm hoặc nhận việc trong từng phần. Càng chủ động, bạn càng được đánh giá cao trong buổi họp.

Chuẩn bị trước

Khi muốn đóng góp các thông tin quan trọng trong một buổi họp, bạn có thể sử dụng công thức PREP. Đầu tiên là đưa ra quan điểm, thứ hai là đưa ra lý do để bảo vệ quan điểm, thứ ba là đưa ra ví dụ để chứng minh và khẳng định lại tính đúng đắn của quan điểm đó, và cuối cùng là tổng kết lại ý kiến của bạn. Đây là cách hiệu quả để gây ấn tượng với chủ tọa và những người cùng tham gia về sự chuẩn bị nghiêm túc của bạn.

Thuyết phục mọi người

Chìa khóa để thành công trong mỗi buổi họp là khả năng thuyết phục của bạn. Nó giúp bạn giữ vai trò dẫn dắt trong quá trình thảo luận và tác động lên quyết định, kết luận cuối cùng với những gì bạn đưa ra.

Để thuyết phục những người tham dự trong buổi họp, bạn phải khiến họ thích bạn. Muốn giành được cảm tình đó, bạn cần tỏ ra xứng đáng được thích. Mọi người phải sẵn sàng ủng hộ và đồng tình với ý kiến và vị thế của bạn. Chìa khóa để tìm kiếm sự đồng tình từ người khác rất đơn giản, đó là: khiến người khác cảm thấy họ quan trọng.

Có sáu cách ("sáu chữ A" – "the six As") bạn có thể tập luyện để khiến người khác cảm thấy mình giá trị hơn trong buổi họp hoặc bất kỳ tình huống nào khác trong kinh doanh và cuộc sống. Đây là những yếu tố thiết yếu để bạn có thể tự tin diễn thuyết.

1. Chấp nhận (Acceptance). Một trong những nhu cầu sâu xa nhất của con người là được mọi người chấp nhận vô điều kiện. Thể hiện rằng bạn chấp nhận người nghe bằng cách nhìn thẳng về phía họ và mỉm cười khi họ đi vào hay phát biểu, đóng góp gì đó trong buổi họp. Điều này có thể khiến mỗi người cảm thấy mình có giá trị và quan trọng hơn. Nó làm thỏa mãn cái tôi và giúp họ tăng hình ảnh cá nhân. Hơn thế nữa, nó còn khiến người ta vô thức muốn hỗ trợ bạn ở mọi khía cạnh bạn nói hay gợi ý.

2. Trân trọng (Appreciation). Bất cứ khi nào bạn thể hiện sự trân trọng với người khác về những gì họ đã nói hoặc làm, bạn làm tăng lòng tự tôn và khiến họ quý mến bạn hơn. Cách tốt nhất để thể hiện sự trân trọng đơn giản là nói cảm ơn với những gì mọi

người nói hoặc làm giúp ích, đóng góp cho buổi họp. Bạn có thể cảm ơn họ đã đến đúng giờ, đã đóng góp thêm thông tin hoặc đã đưa ra nhận xét, giúp đỡ hay sửa sai cho bạn.

Bất cứ khi nào bạn cảm ơn người khác, bạn đã khuyến khích họ lặp lại thái độ, hành đọng đó và đưa ra nhiều đóng góp có giá trị hơn. Khi được cảm ơn, người ta thường cảm thấy mình có giá trị, được tôn trọng hơn. Câu "cảm ơn" có sức mạnh rất lớn khiến bạn dễ mến và đảm bảo mọi người sẽ hợp tác và ủng hộ bạn.

3. Ngưỡng mộ (Admiration). Abraham Lincoln từng nói, "Ai cũng thích được khen." Khi bạn khen mọi người vì bất kỳ những gì họ nói hoặc làm, hoặc những gì họ có, họ sẽ cảm thấy mình có giá trị và quan trọng hơn, và họ cũng sẽ yêu quý bạn hơn.

Hãy liên tục tìm cách khen mọi người. Bạn có thể tỏ ra yêu thích chiếc cặp, ví hay cái bút của một người. Bạn cũng có thể thích đồ trang sức, trang phục hay diện mạo của một người. Nếu người đó đóng góp một vài thông tin, bạn có thể khen ngợi ý tưởng đó. Khi nhìn vào một người, mỉm cười và gật đầu khen ngợi có thể khiến người tham dự thấy mình có giá trị, quan trọng và sẵn sàng hỗ trợ bạn khi bạn cần gì đó về sau.

4. Công nhận (Approval). Có thể bạn từng nghe "Hổ chết để da – Người chết để danh" ("Babies cry for it and grown men die for it."). Mọi người luôn cần sự công nhận của người khác, đặc biệt những người mình thần tượng, tôn trọng. Mỗi khi bạn công nhận bất kỳ ai vì mỗi lý do gì, bạn tăng sự tự tôn trong họ, tăng hình ảnh cá nhân của họ, làm họ cảm thấy bản thân tốt hơn và dễ thân thiện với bạn hơn.

Từ khóa để tạo nên giá trị cho sự công nhận là kịp thời và cụ thể. Khi ai đó đóng góp điều gì mang tính giá trị hay đưa ra thông tin hữu ích cho nhóm, ngay lập tức khen ngợi như "Việc đó rất tốt". Lời khen cần cụ thể như "Những con số này rất ấn tượng. Thật tuyệt vời!"

Bạn càng khen ngợi và công nhận những đóng góp của mọi người, họ càng hỗ trợ bạn nhiều hơn, yêu quý bạn hơn và ủng hộ ý kiến, quan điểm sau đó của bạn.

5. Chú ý (Attention). Mọi người thường chú ý đến những người hoặc điều họ đánh giá cao. Như người ta vẫn nói, cuộc sống là bài học về sự chú ý. Mỗi khi bạn để ý nhiều hơn đến người khác, họ sẽ cảm thấy bản thân có giá trị và quan trọng. Chìa khóa để thu hút

sự chú ý là lắng nghe kỹ khi người khác nói và không phá họ. Nhìn thẳng, lắng nghe từng từ, gật đầu, mỉm cười và đồng thuận như thể những gì người đó đang nói rất quan trọng và có chiều sâu.

Khi cảm thấy được lắng nghe, cái tôi mỗi người sẽ được thỏa mãn. Não họ sẽ tiết ra endorphins, khiến họ cảm thấy hạnh phúc hơn và suy nghĩ tích cực hơn về bản thân và công việc. Họ sẽ kết nối với bạn dễ dàng hơn và sự ảnh hưởng của bạn lên họ cũng lớn hơn.

6. Đồng thuận (Agreement). Cuối cùng bạn có thể tập tỏ ra đồng ý với mọi người trong bất kỳ cuộc họp nào. Thậm chí, bạn phải tỏ ra đồng thuận dù bạn đang không đồng ý lắm với quan điểm đó.

Khi ai đó đưa ra quan điểm bạn không đồng tình, thay vì thách thức, phản biện lại (việc này rất dễ gây cảm giác đề phòng và dễ khiến người đó tức giận), hay nói những câu như sau, "Ý này khá thú vị. Tôi chưa từng nghĩ đến nó trước đây. Nó hơi ngược lại với ý kiến riêng của tôi, nhưng tôi cũng muốn hiểu rõ thêm về nó."

Nếu bạn buộc không đồng ý, có thể dùng ý kiến của bên thứ ba. Thay vì nói "Tôi không đồng tình với bạn", bạn có thể nói "Ý này khá hay. Bạn sẽ nói thế nào nếu có người phản đối quan điểm này bằng… ý này… ý này… hay ý kia…?"

Nói cách khác, đưa ra ý kiến không đồng tình của bạn thông qua danh nghĩa một bên thứ ba không tồn tại. Để người đưa ra ý kiến phản biện cho quan điểm của mình với một người không có mặt. Điều này sẽ làm giảm áp lực giữa hai người và khiến người kia phản biện mà không có cảm giác bị chĩa mũi nhọn vào bản thân mình.

Không chỉ trích hay tỏ thái độ tiêu cực

Nếu bạn là chủ tọa, bạn nắm quyền kiểm soát trong tay. Mọi người tôn trọng và coi bạn như nhà lãnh đạo. Mọi điều bạn nói đều được nhấn mạnh và lan tỏa, dù tích cực hay tiêu cực.

Khi mọi người đóng góp trong buổi họp, bạn nên gật đầu, mỉm cười và ủng hộ họ. Trong một cuộc họp, khi ai đó phát biểu, người đó sẽ như đang đứng trên sân khấu của chính mình. Mọi nhận xét từ người khác, đặc biệt là những người quản lý sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến người đó. Nó có thể mang lại cảm giác bản thân có giá trị hơn, quan trọng hơn hoặc gây tổn thương và tạo sự đề phòng. Hãy cẩn thận với những gì bạn nói.

Dù là lời chỉ trích nhẹ, một cái nheo mày hay một ánh nhìn không hài lòng, đặc biệt là khi mọi người đều đang theo dõi, người đó sẽ cảm thấy bị đánh giá thấp và bất an. Bạn phải tận dụng vị thế là người dẫn dắt cuộc họp để duy trì sự tự tôn cho mỗi người tham gia, dù bạn có cảm thấy thế nào về ý kiến hay nhận xét của người đó.

Nếu bạn không hài lòng với điều gì, hãy cố gắng giữ bình tĩnh trước mọi người và gác vấn đề đó lại. Sắp xếp gặp riêng người đó. Nguyên tắc là ủng hộ trước mặt mọi người và góp ý riêng với từng cá nhân.

Không tạo rào cản giao tiếp

Khi ngồi đối diện với một người – ví dụ như tại một cái bàn – những đồ vật đó có thể là rào cản vật lý và tâm lý trong giao tiếp. Nó vô tình tạo cảm giác hai người đang ở hai phe khác nhau và các ý kiến của hai bên cũng trái ngược nhau.

Để giải quyết vấn đề này, cách tốt nhất bạn có thể làm là ngồi chéo với người quan trọng. Khi ngồi cạnh một người thay vì ngồi đối diện, rào cản tâm lý vô hình sẽ được xóa bỏ và bạn có thể nói chuyện nhiệt tình, thân thiện hơn. Đừng ngại nói ra việc bạn không thích ngồi đối diện với ai đó và muốn ngồi cạnh họ hơn, để có thể giao tiếp trực tiếp bằng mắt. Theo kinh nghiệm của mình, tôi chưa từng gặp ai từ chối yêu cầu này. Hầu hết, mọi người đều suy nghĩ cho bản thân và rất vui vẻ nhận lời.

Kết luận

Điểm mấu chốt của sự chuyên nghiệp trong mọi lĩnh vực là sự chuẩn bị. Bạn chuẩn bị càng kỹ cho bất kỳ cuộc họp nào, kể cả với một người, nó càng hiệu quả và đạt được kết quả như ý.

Lợi thế luôn thuộc về người có sự chuẩn bị kỹ lưỡng hơn. Một người không chuẩn bị gì sẽ không tạo được vị thế trong buổi họp.

Việc của bạn là diễn thuyết hiệu quả trong mọi hoàn cảnh. Mục tiêu là trở thành nhân vật quan trọng trong mọi cuộc trao đổi. Mục đích là thuyết phục mọi người nghe theo quan điểm của bạn và tạo sự thay đổi trong cuộc sống. Bạn sẽ làm được việc này nếu chuẩn bị kỹ trước mọi cuộc họp bạn tổ chức hay tham gia. Và để làm được điều đó, bạn phải khiến mọi người cảm thấy mình quan trọng.

Chương 6

CHUYÊN GIA ĐÀM PHÁN VÀ THUYẾT TRÌNH TRONG CÁC NHÓM NHỎ

Điều tuyệt vời nhất bạn có thể làm cho mọi người không chỉ là chia sẻ giá trị của bạn với họ mà còn là khiến họ nhận ra giá trị của chính mình.

— BENJAMIN DISRAELI —

Hầu hết các cơ hội để bạn ghi điểm trong phần thuyết trình đều nằm trong các cuộc họp nhỏ của công ty. Như đã thảo luận ở Chương 5, điều quan trọng là làm thế nào để dẫn dắt và tham gia hiệu quả trong các cuộc họp. Nhưng trong những cuộc họp này, bạn sẽ thường xuyên được yêu cầu thuyết trình về quan điểm, sản phẩm hoặc định hướng của bạn; hãy nỗ lực đểthuyết phục mọi người đồng ý và hỗ trợ phương hướng hoạt động mà bạn đề nghị.

Vì vậy, nếu các cuộc họp quan trọng với công việc điều hành doanh nghiệp ấy thì các bài thuyết trình diễn ra trong các cuộc họp có thể còn quan trọng hơn. Nhiều người đã thay đổi toàn bộ phương hướng của họ về sự nghiệp, định hướng kinh doanhbằng một bài thuyết trình hiệu quả trước những người có quyền ra quyết định. Bạn cũng có thể làm như vậy.

Bài thuyết trình trong một cuộc họp có thể gây dựng hoặc phá vỡ sự nghiệp của bạn

Mỗi khi bạn thuyết trình trong công ty, hãy tưởng tượng rằng

tương lai và sự nghiệp của bạn đang đặt trên một sợi dây treo cao; rằng những gì bạn nói sẽ được ghi hình và trình chiếu cho hàng ngàn người xem; hoặc luôn có một máy quay lén đặt đâu đó trong khi bạn đang nói và nó được nối trực tiếp tới mọi người trên khắp cả nước.

Nói cách khác, hãy trình bày một cách nghiêm túc. Bạn càng nghiêm túc trong việc thuyết trình, người tham gia càng nghiêm túc trong việc hồi đáp lại bạn.

Chuẩn bị là chìa khóa để thành công trong bất kỳ một cuộc họp ở quy mô nào, vì nó sẽ chiếm 90% kết quả nhận được. Một luật sư hàng đầu đã từng nói với tôi, "Tôi không tin sự chuẩn bị cho bất cứ thứ gì lại là thừa thãi".

Bắt đầu chuẩn bị bằng việc xác định mục tiêu

Hãy xác định mục tiêu của bạn khi trình bày. Lý tưởng hóa và tự hỏi, "Nếu cuộc họp này hoàn hảo, kết quả mình muốn nhận được sẽ là gì?"

Hãy tư duy bằng cách viết ra giấy những điều tốt nhất có thể xảy ra nếu bạn có một bài nói hoàn hảo, hiệu quả và đạt được mọi mục tiêu đề ra. Bạn xác định mục tiêu mong muốn của mình càng rõ ràng, việc chuẩn bị bài thuyết trình sẽ càng dễ dàng và bạn càng có nhiều khả năng đạt được những mục tiêu ấy.

Nhớ rằng tất cả mọi thứ đều là đàm phán

Khi thuyết trình và nỗ lực để thuyết phục người khác ủng hộ, bạn chỉ đơn giản đang tham gia vào một quá trình đàm phán. Mỗi người sẽ đi vào phòng họp với suy nghĩ và mong muốn của riêng mình. Mục tiêu của bạn là trình bày với mọi người quan điểm cá nhân và thuyết phục họ ủng hộ đề xuất của bạn. Điều này có nghĩa rằng bạn sẽ phải thay đổi dần suy nghĩ của họ, và trong một số trường hợp, thay đổi hoàn toàn tâm trí của họ.

Hãy suy nghĩ như một luật sư

Sử dụng "Phương pháp của luật sư" để chuẩn bị cho một bài thuyết trình. Luật sư được học cách ứng phó với các tình huống của đối phương trước khi chuẩn bị phương án cho riêng mình. Để làm điều này, hãy viết ra tất cả mọi thứ mà bạn nghĩ những người tham gia trong cuộc họp sẽ muốn hoặc những thứ đối lập với những gì bạn muốn đạt được. Nếu có thể chuẩn bị cụ thể hơn, hãy

ghi chú thêm về khả năng phản đối và mức độ phản đối của từng người cụ thể mà bạn sẽ gặp.

Hiểu rõ sự khác biệt giữa ham muốn và sợ hãi

Mỗi năm một lần, tôi lại có cuộc đàm phán với nhóm các giám đốc điều hành của một công ty lớn. Tôi thường bắt đầu bằng cách viết ra những điều tôi biết về mối quan tâm, sự hoài nghi hay do dự của họ. Tôi biết rằng hầu hết mọi người có thể đồng ý thay đổi. Điều này khá phổ biến khi bạn thuyết trình. Con người có khuynh hướng thu mình vào nơi họ thấy thoải mái và sau đó chống lại mọi nỗ lực hoặc đề xuất về việc di chuyển ra khỏi vùng an toàn này.

Hai động cơ chính khiến bạn giữ lại hay bỏ lỡ bất kỳ quyết định thay đổi nào là nỗi sợ hãi và mong muốn. Mọi người sợ mất thời gian, tiền bạc, uy tín, lợi thế hay những thứ khác và mong muốn nhiều thời gian, tiền bạc, giá trị cổ phiếu, cơ hội, vân vân và vân vân.

Các nhà tâm lý học chỉ ra rằng động cơ đến từ sự sợ hãi thường xuất hiện nhiều hơn gấp 2,5 lần động cơ đến từ ham muốn.Điều này có nghĩa là việc nhấn mạnh những gì mà người tham gia có thể mất nếu không làm theo đề xuất của bạn thuyết phục hơn gấp 2,5 lần việc nhấn mạnh những gì họ có thể đạt được. Tuy nhiên, trong nhiều trường hợp, lợi ích đầu tiên bạn phải đề cập là những gì người tham gia sẽ đạt được từ ý kiến của bạn. Lý do chính của mọi hành động luôn xoay quanh từ cải thiện. Nghĩa là mọi người hành động vì họ tin rằng họ sẽ được lợi nhờ vào kết quả của hành động hơn là khi không làm gì cả.

Vì vậy, ngay cả khi bạn đang lo ngại – những lo ngại bị từ chối, phê bình, mất mát, bối rối – không được tán thành, chế giễu hay đại loại thế, bạn phải thể hiện rõ rằng tình trạng của người tham gia liên quan đến những vấn đề này sẽ được cải thiện tương đối khi có lời khuyên của bạn.

Hiểu những người tham gia cuộc họp

Khi thuyết trình trước một nhóm, bạn sẽ tiếp cận với nhiều cá tính khác biệt rõ rệt. Điều này có nghĩa là mỗi người sẽ có những nỗi lo và mong muốn ở các mức độ khác nhau. Càng biết rõ về những gì mọi người muốn đạt được và những gì họ sợ phải đối mặt, bạn càng có thể điều chỉnh những nhận xét cho phù hợp và đưa ra hướng giải quyết dễ dàng hơn cho các mối quan tâm của

họ.

Tôi biết rằng nhóm các giám đốc điều hành tại công ty tôi đã đề cập phía trên có sự đề phòng cao trước khi đưa ra quyết định thay đổi, nhưng họ cũng rất mong muốn có thể tăng doanh thu và lợi nhuận cho công ty. Vì vậy, tôi luôn tập trung vào việc đảm bảo rằng họ sẽ có thể tăng doanh thu và lợi nhuận, và sau đó, để giảm bớt nỗi lo của họ về sự mất mát, tôi đề nghị họ thử áp dụng các ý kiến của tôi với chi phí thấp hoặc miễn phí để xem nó có khả năng tạo ra các nguồn thu và lợi nhuận mà tôi đã đặt giả thuyết hay không.

Trong những năm qua, tôi nhận thấy rằng mọi người thường khá cởi mở với việc thử nghiệm một ý tưởng mới với phạm vi rủi ro giới hạn trong mức có thể chấp nhận được. Nói cách khác, họ sẽ rất căng thẳng nếu phải mạo hiểm trả một số tiền lớn để áp dụng một ý tưởng chưa được thử nghiệm bao giờ.

Thấu hiểu những lo ngại chung

Hầu hết mọi người sợ bị thao túng hoặc bị lợi dụng. Họ sợ bị thúc ép; bị thuyết phục làm việc trái với lợi ích ngắn hạn hay dài hạn của họ; mua một sản phẩm, dịch vụ, hoặc thực hiện ý tưởng họ vốn không cần hay không thể áp dụng, không thể đủ khả năng làm; hoặc sẽ dẫn đến kết cục tồi tệ hơn trước khi họ chấp nhận đề xuất đó.

Con người luôn có những nỗi sợ hãi, bởi ngay từ thời thơ ấu, họ đã bị bắt làm những việc không mang lại kết quả tốt hay bị nhiều người lợi dụng. Kết quả là, như một phản xạ tự nhiên, họ luôn tỏ ra hoài nghi với bất cứ ai đang cố gắng thuyết phục mình làm bất cứ điều gì. Việc của bạn là phải làm mọi thứ để có thể làm giảm sự đề phòng của họ và loại bỏ những sự hoài nghi này.

Hãy sử dụng phương pháp trình bày Socratic: khi muốn giới thiệu một chủ đề mới, luôn luôn bắt đầu với những việc xảy ra xung quanh một vấn đề mà mọi người đều đồng thuận và không tranh cãi. Sau đó, tận dụng đưa việc này vào những vấn đề mới mẻ hơn và có khả năng ít nhận được sự đồng thuận của mọi người hơn.

Đàm phán hợp đồng lớn

Khi đàm phán hợp đồng lớn, tôi thường đơn thương độc mã "tranh đấu" với cả chục quan chức hoặc nhà điều hành. Tôi luôn áp dụng một chiến lược thành công đã được chứng minh nhiều lần.

Cuộc họp sẽ bắt đầu với một hợp đồng hoặc thỏa thuận phát triển dài chừng 30, 40 hay thậm chí 50 trang. Tôi xem xét bản hợp đồng thật cẩn thận, xác định rõ những điều khoản quan trọng với tôi và các bên. Sau đó, hai bên sẽ nghiên cứu kỹ từng đoạn, từng dòng; thảo luận và quyết định đồng ý hoặc không đồng ý với mỗi điểm. Khi có sự bất đồng ý kiến, hai bên sẽ thảo luận để hiểu suy nghĩ và mong muốn của bên kia. Sau đó, tôi thường nói, "Chúng ta nên tạm để vấn đề này lại và bàn sau".Và hai bên sẽ chuyển sang các phần tiếp theo, lọc ra những phần còn bất đồng để không làm gián đoạn tiến trình.

Sau khi xem xét toàn bộ hợp đồng và thống nhất hầu hết các điều khoản, hai bên sẽ quay lại bàn bạc về các điểm còn gây tranh cãi, thảo luận từng điểm một thật kỹ lưỡng. Nếu điều khoản đó có thể gây ảnh hưởng đến quan hệ của hai bên, tôi sẽ tiếp tục đề nghị đặt nó sang một bên và quay lại sau.

Lần thứ hai thống nhất về hợp đồng sẽ giải quyết khoảng 80% trong số 20% các vấn đề chưa được giải quyết, và như vậy sẽ chỉ còn lại khoảng 4% hợp đồng cần tiếp tục thương lượng và thống nhất.

Lúc này, hai bên đã đồng thuận khoảng 96% các điều khoản. Mọi người đều sẽ thấy được chiều hướng tích cực của tiến trình đàm phán. Và giờ, hai bên có thể quay lại để xem xét và thảo luận sâu hơn, ít cảm xúc cá nhân hơn và cởi mở hơn với những phần chưa hợp lý của hợp đồng.

Luật 4

Trong thương lượng có một nguyên tắc gọi là "Luật 4". Luật này nói rằng chỉ có bốn vấn đề chính cần phải thảo luận và giải quyết trong bất kỳ quá trình đàm phán nào. Theo đó, các bên đối lập thường có thứ tự ưu tiên khác nhau về giá trị của bốn vấn đề trong một thỏa thuận.

Ví dụ, nếu một bên quan tâm về giá cả và bên kia quan tâm về chất lượng, tốc độ giao hàng, cuộc đàm phán có thể tiến tới một kết luận thỏa đáng mà giá cả được thỏa thuận đồng nghĩa với chất lượng phù hợp và đáng tin cậy. Bế tắc chỉ có thể xảy ra khi cả hai bên đều không nhất trí cùng một vấn đề, như giá cả chẳng hạn.

Việc của bạn trước khi đàm phán là xác định bốn vấn đề chính mà bạn sẽ đưa ra cuối cùng trong quá trình thảo luận, sau đó xác định xem làm thế nào để có thể dung hòa hoặc bù đắp cho những vấn

đề đối phương quan tâm mà vẫn đạt được những gì mình muốn.

Thuyết trình và đàm phán: vẫn là những nguyên tắc cũ

Trong một bài thuyết trình, bạn sẽ không có nhiều thời gian hoặc tạo được nhiều kịch tính như trong một phiên đàm phán hai đến ba ngày, với số tiền lớn và cái tôi cá nhân cao chót vót của mỗi người, tuy nhiên, nguyên tắc thuyết trình vẫn giống như đàm phán. Bạn phải xác định mối quan tâm của những người tham gia và bốn vấn đề chính mà bạn muốn có được sự đồngthuận của họ. Sau đó bạn hãy thiết kế toàn bộ bài thuyết trình của mình để đạt được mục tiêu vào cuối buổi hội thảo.

Viết suy nghĩ của mình trên giấy

Khi chuẩn bị một bài thuyết trình, bạn nên viết ra giấy tất cả những ý kiến phản biện có thể có của người nghe. Sau đó, viết ra một hoặc nhiều câu trả lời cho mỗi ý kiến phản biện đó.

Khi đối diện với các câu hỏi, mối quan tâm hoặc sự phản đối của người nghe, bạn nên tập trung và suy nghĩ cẩn thận về cách giải quyết tốt nhất có thể. Bạn cần có thái độ chấp nhận, tán thành và đánh giá cao. Sau đó, hãy đưa ra câu trả lời đã được bạn dự đoán, chuẩn bị từ trước như thể nó vừa xuất hiện trong đầu bạn.

Luôn luôn cư xử hợp lý với thái độ dễ chịu

Dù người nghe đồng thuận hay phản đối ý kiến, bạn vẫn phải luôn cư xử thật thân thiện, lịch sự và nhẹ nhàng. Đừng bao giờ đổ thêm dầu vào lửa. Bạn càng tỏ ra thân thiện và nền nã với mọi phản ứng của người nghe, họ càng cởi mở hơn để xem xét ý kiến của bạn. Hãy ghi nhớ câu thành ngữ "Mật ngọt chết ruồi".

Khi thuyết trình, hãy nhớ rằng nó không phải là cuộc độc thoại kịch tính mà chỉ là một buổi trò chuyện. Bạn đưa ra quan điểm, nhấn mạnh rồi tóm tắt nó, và sau đó mời người nghe đưa ra các thắc mắc hoặc ý kiến phản hồi.

Kêu gọi sự hưởng ứng

Càng lôi kéo được nhiều người tham gia thảo luận, bạn càng có thể nhận biết được suy nghĩ và cảm xúc của họ, và nhiều khả năng là họ sẽ đồng thuận với bạn khi bài thuyết trình kết thúc.

Bí quyết khuấy động một nhóm khi thuyết trình thật đơn giản – bạn chỉ cần đối xử với những người tham dự như nhau, công bằng

và gần gũi.

Kết nối người tham gia

Khi thái độ của bạn với mọi người đều thân thiện và tôn trọng, mọi người sẽ đều cảm nhận được điều đó. Mỗi người tham dự đều thấy mình là một phần của buổi hội thảo. Mặt khác, nếu bạn có thái độ cáu gắt hay thiếu kiên nhẫn với bất kỳ ai, mọi người cũng sẽ cảm thấy rằng bạn đang có thái độ đó với họ. Hãy cẩn thận.

Xác định mức độ phản ứng

Ngay cả khi phải có thái độ công bằng với tất cả mọi người, bạn vẫn cần phải cảnh giác với những gã hay "bắt bẻ". Trong mỗi nhóm người tham dự sẽ luôn có những thành viên chủ chốt. Ý kiến của họ, có thể bằng ngôn từ hoặc phi ngôn từ, luôn có trọng lượng hơn bất cứ ai.

Muốn bài thuyết trình hiệu quả, bạn phải sắp xếp nó và có cách ứng phó với những người có quyền lực nhất trong nhóm. Có trường hợp người đứng đầu sẽ nói rất ít, có trường hợp lại nói rất nhiều. Những người có ảnh hưởng lớn nhất sẽ được ưu tiên hàng đầu. Sau đó đến những người được ưu tiên thứ hai, thứ ba... và cuối cùng là những gã bù nhìn tham dự nhưng lu mờ giữa đám đông.

Những đòn khác nhau

Khi còn ở vịnh Ả Rập, tôi học được các kỹ thuật và chiến lược đàm phán của người dân ở đó. Tôi học được rằng trong bất cứ cuộc họp nào, người ngồi im và ít nói nhất chính là người có quyền lực nhất. Những người nói và hỏi nhiều câu hỏi chỉ là người đưa tin và thường ít có ảnh hưởng đến kết quả đàm phán. May là tôi biết điều này, nếu không đám "lắm mồm" đã choán hết sự tập trung của
tôi rồi.

Trong đàm phán phương Tây, người đứng đầu có thể nói rất nhiều hoặc chút ít. Trong mọi trường hợp, điều quan trọng là bạn biết người này là ai và thường xuyên chiều theo ý kiến của họ. Mọi ý kiến đề xuất của bạn cần hướng tới người này trước rồi mới nhìn bao quát cả phòng, giao tiếp bằng mắt với những người quan trọng khác, mỗi lúc một người. Sau đó bạn quay trở lại với người quan trọng nhất và chắc chắn rằng người đó đang dõi theo bài thuyết trình của bạn và hiểu được những điểm mà bạn trình bày.

Thảo luận là một con đường hai chiều

Số người tham gia thảo luận và số người sẽ có hành động sau buổi thảo luận đó có một mối quan hệ trực tiếp với nhau. Ví dụ, khi nói chuyện với các nhân viên của mình, bạn càng mời nhiều người đặt câu hỏi, đưa nhận xét và nêu ý kiến đồng ý hay không đồng ý, họ càng dễ dàng tán thành bất cứ điều gì bạn quyết định.

Nếu mọi người không bình luận hay đặt câu hỏi, họ gần như sẽ không cam kết làm gì cả. Họ chỉ lắng nghe đơn thuần. Không nói bất cứ điều gì đồng nghĩa với việc họ đang tránh tham gia vào bất cứ quyết định nào được đưa ra và trốn tránh bất kỳ trách nhiệm hay hành động nào.

Alfred Sloan, một trong những người sáng lập của General Motors, thường triệu tập các giám đốc điều hành đến để thảo luận về một sản phẩm hay chính sách mới của công ty. Vào cuối buổi họp, ông sẽ hỏi xem, "Có câu hỏi hoặc ý kiến gì về những ý tưởng này không?" Nếu không có ai nói bất cứ điều gì, hoặc nếu tất cả mọi người đồng ý với ý tưởng trình bày, Sloan sẽ nói, "Rõ ràng mọi người đang ngồi trong phòng này đều không hiểu tầm quan trọng của những gì chúng ta đang thảo luận. Nếu tất cả mọi người tán thành, chúng ta phải tạm dừng cuộc họp này và ngồi lại vào một buổi khác. Khi đó, tôi mong đợi mọi ý kiến và câu hỏi từ mọi người xung quanh ý tưởng này".

Những gì Sloan nhận thấy hay những gì nhiều nhà điều hành và diễn giả đều thấy, đó là nếu không có ai nói bất cứ điều gì, hoặc nếu tất cả mọi người tán thành đồng nghĩa với không có ai suy nghĩ gì nhiều về ý tưởng. Điều này có nghĩa rằng họ sẽ chỉ bắt đầu suy nghĩ về kết quả của buổi họp, và những gì họ nghĩ sau đó có thể phá hoại toàn bộ nỗ lực của cuộc họp đó.

Hãy nắm quyền

Khi thuyết trình với một nhóm nhỏ, hãy sắp xếp phòng họp sao cho sau lưng bạn là một bức tường và cửa ra vào ở phía đối diện bạn. Với thiết kế này, mọi người có thể đến và đi mà không phá vỡ tiến trình của cuộc họp, và bạn có thể quan sát mỗi người tham gia.

Cách sắp xếp chỗ ngồi tốt nhất cho một nhóm nhỏ khi thuyết trình là theo hình chữ U, trong đó bạn đứng tại đầu mở của chữ U và tất cả những người tham gia đều có thể nhìn thấy nhau, mắt chạm mắt.

Cách tổ chức này đem lại hiệu ứng hoàn toàn khác, vì mỗi người đều ngồi đối diện với bạn, mọi sự giao tiếp sẽ hiệu quả hơn là sắp xếp họ ngồi bên cạnh, phía trước, hoặc phía sau những người tham gia khác. Khán giả của bạn sẽ có rất ít hoặc không có liên kết, cơ hội chia sẻ ý tưởng hay thậm chí chỉ để mỉm cười, nhướng mày, nhún vai, hay có những biểu cảm tương tự với mọi người xung quanh. Hãy luôn cố gắng thiết kế phòng họp để mọi người có thể nhìn thấy nhau và dõi theo bạn.

Khi tiến hành một phiên họp để lập kế hoạch chiến lược, tôi sắp xếp tất cả các giám đốc điều hành ở hai cạnh phía ngoài của chiếc bàn hình chữ U. Khi đưa ra một ý kiến hoặc một câu hỏi, tôi đi quanh bàn, tới chỗ từng người để mời trả lời hoặc bình luận. Phương pháp này đã đem lại rất nhiều thành công cho tôi trong những năm qua. Nó tạo cho tất cả mọi người cơ hội để nói lên ý kiến hay mối quan tâm của mình, và cho tất cả những người khác cơ hội để quan sát trực tiếp người nói khi họ bày tỏ suy nghĩ của mình. Nhờ việc đi quanh bàn, chúng tôi đã có một cuộc thảo luận phong phú, sâu sắc, bao quát phần lớn các điểm quan trọng.

Xác định các hành động tiếp theo

Hãy nhớ rằng mục đích của bài thuyết trình dù lớn hay nhỏ đều để thỏa thuận với người nghe về một số hành động cụ thể. Khi cuộc thảo luận có chiều hướng tiến triển, bạn nên liên tục hỏi, "Chúng ta nên có hành động gì vào thời điểm này? Chúng ta nên có hành động gì để giải quyết vấn đề này? Hành động tiếp theo sẽ là gì nếu chúng ta đồng ý với điều này?"

Khi thuyết trình trước một nhóm với một loạt hành động cần được thực hiện, sự đồng thuận trong các nhóm về việc chính xác thì ai sẽ là người chịu trách nhiệm cho những hành động được đề ra và khi nào nó sẽ được hoàn thành là vô cùng cần thiết. Nhiều bài thuyết trình được trình bày rất tuyệt vời, sự hoan hô tán thành theo lối chẳng dẫn đến hành động gì. Điều này xảy ra là vì không ai được phân công trách thực hiện các hành động đó trước thời hạn cụ thể trong quá trình thoả thuận.

Ngay cả khi bạn phải lặp đi lặp lại những gì đã nói, phải đòi hỏi hay phải kiên quyết hơn, quan trọng là bạn có được thỏa thuận về việc ai sẽ làm những gì và làm khi nào. Đó là mục tiêu cuối cùng của bài thuyết trình và cuộc họp. Tăng cường khả năng của bạn trong việc quan sát, theo dõi và đảm bảo rằng các hành động được thực hiện là những gì bạn cần làm trong quá trình lên kế hoạch cho bài thuyết trình.

Làm cho bài thuyết trình trở nên trực quan và sinh động

Trong bất kỳ nhóm nào, khoảng 70% số người tham gia sẽ tư duy bằng hình ảnh và 30% còn lại tư duy bằng thính giác. Điều này có nghĩa là 70% đối tượng sẽ cần phải xem các hình ảnh minh họa để theo dõi trong suốt quá trình bạn trình bày, 30% khác tư duy bằng âm thanh, sẽ có thể hiểu và xử lý thông tin từ việc lắng nghe bạn nói.

Như vậy, 70% khán giả chỉ có thể hiểu được nếu bạn minh họa những gì đang nói. Bạn có thể viết tóm tắt bài thuyết trình ra để mọi người có thể theo dõi cùng. Bạn có thể sử dụng PowerPoint để trình bày các ý chính, chiếu lên một màn hình tại thời điểm bạn nói đến các ý đó trong bài thuyết trình.

Bạn cũng có thể sử dụng bảng để ghi chú các ý quan trọng hoặc minh họa các bản đồ tư duy và kết quả của bài nói. Những người tư duy bằng hình ảnh sẽ thấy thoải mái hơn khi theo dõi những gì bạn minh họa. Người tư duy bằng âm thanh cũng sẽ khá hài lòng với các tài liệu bằng văn bản hoặc đồ họa, nhưng họ vẫn rất muốn nghe những gì bạn nói và thường sẽ đặt câu hỏi về ý nghĩa của một từ hoặc cụm từ cụ thể. Hãy chuẩn bị thật chu đáo.

Trình chiếu, trình bày và đặt câu hỏi

Khi mới bắt đầu thuyết trình trong các hội thảo, tôi sử dụng bảng lật, sau đó chuyển sang bảng trắng, và bây giờ tôi dùng máy chiếu. Thiết bị này giúp tôi có thể viết ra các điểm mấu chốt trong bài thuyết trình trong khi nó được chiếu trên một màn hình phía sau hoặc bên cạnh.

Trong suốt buổi thuyết trình, tôi vẽ biểu đồ, trình chiếu hình ảnh, con số và minh họa cho các ý tôi đang trình bày. Khi nhấn mạnh một từ cụ thể hoặc một khái niệm, tôi viết nó ra bảng. Đó là cách để mọi người có thể nhìn thấy nó rõ ràng.

Như vậy, mọi người có thể ghi chú nhiều hơn. Sau khi bạn viết một cái gì đó, mọi người sẽ ngay lập tức cảm thấy đó là một điều quan trọng, và họ cũng sẽ ghi lại điều đó. Việc này sẽ khiến họ tham gia tích cực hơn xuyên suốt bài thuyết trình của bạn.

Nếu bạn chỉ nói chuyện, không có tài liệu, văn bản hoặc hình minh họa, hầu hết mọi người sẽ quên 80% đến 90% những gì bạn nói trước khi bạn kết thúc bài nói. Khi nói và viết, bạn hãy hướng đến tất cả những người tư duy bằng hình ảnh và âm thanh trong phòng và làm cho bài thuyết trình của bạn trở thành một trải

nghiệm thú vị và hấp dẫn cho tất cả mọi người.

Hiểu rõ để tránh hiểu lầm

Khi bạn nhận được câu hỏi hoặc nhận xét từ người tham gia, trừ khi những gì người đó đang hỏi hoặc đang nhận định là hoàn toàn rõ ràng, bạn nên làm một trong hai điều mà tôi sẽ kể ra sau đây. Trước hết, bạn nên diễn đạt lại ý kiến hoặc câu hỏi đó cho rõ ràng trong đầu trước khi trả lời. Sau đó, bạn có thể hỏi, "Đây có phải là những gì bạn đang nói?"

Cách thứ hai để chắc chắn rằng bạn đang trả lời các bình luận đúng là yêu cầu người tham gia diễn đạt lại câu hỏi của mình theo cách khác để bạn hiểu rõ hơn. Sử dụng các câu hỏi như "Cụ thể là bạn đang muốn hỏi điều gì?" Bất cứ khi nào cảm thấy thiếu hoặc không rõ ràng, điều ngu ngốc nhất bạn có thể sẽ gặp phải là trả lời sai câu hỏi hoặc đưa ra một nhận xét cho vấn đề mà bạn hiểu lầm ngay từ đầu.

Kết luận

Quyết tâm ngay từ bây giờ để chuẩn bị kỹ lưỡng và thể hiện tốt nhất trong mỗi phần thuyết trình. Hãy nhớ rằng những người có thể ảnh hưởng đến sự nghiệp của bạn đang theo dõi và đánh giá hiệu suất của bạn. Mỗi khi bạn cất lời trong cuộc họp, dù là thuyết phục, đóng góp, hoặc phản đối, bạn cần di chuyển đi lên hoặc đi xuống. Mọi hành động, cử chỉ của bạn sẽ mang lại hiệu quả tốt hơn!

Chương 7

NỀN TẢNG CHUYÊN NGHIỆP: GÂY ẤN TƯỢNG VỚI LƯỢNG KHÁN GIẢ ĐÔNG ĐẢO

Hãy mơ những giấc mơ táo bạo, và bạn sẽ có thể biến ước mơ thành hiện thực. Tầm nhìn của bạn chính là lời hứa rằng bạn sẽ trở thành ai trong tương lai.

— JAMES ALLEN —

Một ngày nọ, người tổ chức gọi điện cho một diễn giả chuyên nghiệp và đặt lịch với ông ấy cho sự kiện sắp tới. Câu đầu tiên người đó hỏi là, "Ông lấy bao nhiêu?" Diễn giả trả lời, "Còn tùy vào độ dài của bài nói và lượng thời gian cần thiết để chuẩn bị".

Người tổ chức tiếp tục hỏi, "Với 30 phút thuyết trình thì ông lấy bao nhiêu, và cần bao nhiêu thời gian để chuẩn bị?" Diễn giả đó trả lời, "Với 30 phút thuyết trình, tôi cần khoảng 6-8 tiếng để chuẩn bị, mức phí sẽ là 5.000 đô-la".

Anh ta rất ngạc nhiên và hỏi lại, "Thế nếu nửa ngày thì hết bao nhiêu, và cần bao nhiêu thời gian để chuẩn bị?"

Vị diễn giả trả lời, "Với buổi thuyết trình nửa ngày thì cần 3-4 tiếng chuẩn bị và mức phí là khoảng 4.000 đô-la".

"Thế còn cả ngày? Giá sẽ như thế nào?"

"Khoảng 3.000 đô-la".

“Vậy cần khoảng bao lâu để chuẩn bị?”

“À. Nếu là cả ngày thì tôi có thể bắt đầu ngay bây giờ”.

Bài nói càng ngắn thì càng khó

Mục đích của câu chuyện kể trên là để chỉ ra rằng bài nói càng ngắn thì cần càng nhiều thời gian chuẩn bị và cụ thể hóa các ý cần truyền tải trong khung thời gian hạn hẹp. Nếu có cả ngày để nói, bạn có thể lấp đầy thời gian với nhiều câu chuyện, ví dụ và vô vàn quan điểm xoay quanh đề tài đó. Nếu chỉ có 20 phút, bạn phải thật sự tập trung và chỉ chú trọng vào những yếu tố chính, cần thiết để đưa ra thông điệp rõ ràng cho người nghe.

Ban đầu tôi chỉ có bảy khách hàng, tuy nhiên, những năm sau đó, có lần tôi đã từng nói trước 25.000 người. Một lần, tôi nói trước 85.000 người, trong đó 2.000 người ngồi ở hội trường và 83.000 người còn lại tham dự qua đường truyền vệ tinh ở 600 địa điểm khác nhau . Những buổi thuyết trình và hội thảo đó kéo dài từ 20 phút đến ba, bốn ngày.

Với mỗi bài nói, dù chỉ nói một lần hay phải lặp lại, tôi đều chuẩn bị chi tiết và tập luyện trước để có thể truyền tải nó một cách hiệu quả nhất. Số lượng người nghe càng lớn, mức độ yêu cầu với bài nói sẽ càng cao. Thuyết trình trước đông đảo khán giả khác rất nhiều với việc thuyết trình trước một nhóm nhỏ.

Tám phần chính

Như đã đề cập ở Chương 1, có tám phần chính của một bài nói trong vòng 20-60 phút trước một lượng người nghe đông đảo. Bạn có thể sử dụng mô hình này để sắp xếp các ý của mình. Hãy cùng nhắc lại những mục đó một lần nữa.

1. Phần mở đầu. Đây là lúc bạn thu hút sự chú ý của người nghe, khiến họ tập trung về phía bạn và trông chờ những gì bạn sắp nói.
2. Phần giới thiệu. Là đoạn chuyển tiếp sang ý đầu tiên của bài nói.
3. Quan điểm đầu tiên. Đây là lúc bạn bắt đầu xây dựng bài nói.
4. Chuyển ý. Chuyển từ ý thứ nhất sang ý thứ hai.
5. Quan điểm thứ hai. Phát triển dựa trên ý đầu tiên.
6. Chuyển ý. Chuyển sang ý thứ ba.
7. Quan điểm thứ ba. Tiếp nối, liên kết, phát triển dựa trên hai ý đầu.
8. Kết luận. Tóm tắt lại bài nói và nhấn mạnh vào hành động

cần làm.

Bẩy yếu tố quan trọng

Bẩy yếu tố này đã được chứng minh thành công thức và bạn có thể sử dụng để xây dựng bài nói ở bất kỳ đề tài nào, trước bất cứ ai. Mỗi bài nói có thể được đánh giá theo thang điểm 10 cho mỗi phần đó. Mỗi khi một diễn giả đạt mức điểm thấp ở một phần nào đó, hiệu quả của toàn bài nói sẽ giảm.

Giới thiệu và mở đầu

Đây là yếu tố quan trọng để gây ấn tượng tốt ngay từ khi bạn bắt đầu bài nói. Hãy thể hiện phần mở đầu thật xuất sắc trước khi bạn đi vào chi tiết.

Chìa khóa vẫn là sự chuẩn bị. Bắt đầu với một tờ giấy, viết phần nói của bạn ra, từng từ một. Sử dụng phương pháp tôi đã nêu ở Chương 2. Viết tiêu đề ở đầu trang, sau đó viết ra mọi ý có thể nói. Thường thì việc này sẽ tốn khoảng 2-3 trang giấy.

Sau đó, xem lại và sắp xếp các ý đó theo thứ tự, chia ý cho từng luận điểm lớn. Viết lại thành bài hoàn chỉnh và dành 2/3 khoảng trống để xem lại và ghi chú. Chỉnh sửa và trau chuốt lại bài nói thật nhiều lần cho đến khi bạn cảm thấy hài lòng với câu từ, cấu trúc và sự trôi chảy của nó. Đảm bảo khi bài nói hoàn thành, bạn phải thật ưng ý với nó. Bạn có thể ghi âm, bật đi bật lại nhiều lần, nghe kỹ những phần chưa rõ và chỉnh sửa hoặc viết lại.

Dưới đây là một vài điều bạn nên làm để đảm bảo bắt đầu bài nói thật hay.

Luyện tập là số 1

Nhiều người cho rằng Diễn văn Gettysburg của Lincoln là tác phẩm tiêu biểu nhất về nghệ thuật hùng biện bằng tiếng Anh. Người ta kể lại rằng ông đã viết bài diễn văn lên mặt sau của một cái phong bì khi đang trên tàu đến lễ cung hiến nghĩa trang ở Gettysburg. Tuy nhiên, sự thật lại khác. Lincoln đã nhắc đến các phần trong bài diễn văn đó ở các buổi diễn thuyết khácnhau trong vòng nhiều tháng trước khi ông đúc kết nó trong văn kiện lịch sử này. Ông đã tập luyện từng câu, từng phần cho đến khi có được bài diễn văn hoàn hảo.

Bài diễn thuyết “Tôi có một ước mơ” của Martin Luther King ở Washington cũng là một bài hùng biện tuyệt vời và đầy cảm

hứng. Tuy nhiên, Martin Luther King cũng đã phải luyện tập rất nhiều bằng cách nói từng phần của bài diễn thuyết trong suốt nhiều năm trước. Bài diễn thuyết cuối cùng là sự tổng hợp của những yếu tố hay nhất trong những lần trước đó.

Kiểm tra cơ sở vật chất

Yếu tố thứ hai để tạo nên sự khởi đầu tốt là bạn phải đến sớm, tốt nhất là một ngày trước khi diễn ra chương trình, để làm quen với toàn bộ cơ sở vật chất ở đó.

Kiểm tra sân khấu, hệ thống âm thanh, ánh sáng, cách sắp xếp chỗ ngồi cho khán giả (xem thêm Chương 10 để biết nó trông như thế nào). Đừng nghĩ rằng sẽ có người khác quan tâm những thứ đó sát sao hơn bạn. Hãy luôn nhớ rằng những người phụ trách việc sắp xếp phòng dù lớn hay nhỏ đều là lao động phổ thông và họ chỉ làm cho hết trách nhiệm.

Tôi rất hiểu điều này, vì không lâu trước đây, tôi được mời đến nói trong 90 phút với 4.000 nhà quản trị và nhân viên ở một công ty quốc tế đang trên đà phát triển. Đó là một cuộc hội thảo diễn ra trong ba ngày và công ty đó đã cử một nhóm chuyên gia đến chuẩn bị sân khấu, màn chiếu, âm thanh, ánh sáng, chỗ ngồi. Tôi đến đó vào buổi trưa của ngày thứ hai, và thật mừng là tôi đã đến đó sớm.

Khi nói, tôi thường hay viết ghi chú trên máy chiếu. Khi đứng ở giữa sân khấu, bên phải là chiếc máy chiếu, tôi có thể vừa nói vừa minh họa quan điểm của mình cho khán giả và giao tiếp bằng ánh mắt với họ.

Hôm đó, chiếc máy chiếu lại được đặt ở góc phía dưới sân khấu, ngược hướng với phía khán giả. Như vậy, khi muốn nhấn mạnh điều gì đó, tôi sẽ phải đi một vòng, quay lưng lại với người nghe. Tuy nhiên, những người sắp xếp phòng hôm đó không hề quan tâm vì đó không phải việc của họ. Tôi nhanh chóng thay đổi lại vị trí đặt máy để có thể đối diện với khán giả. Và thế là mọi thứ sau đó đều diễn ra suôn sẻ.

Hòa mình vào khán giả

Trước khi nói, bạn cần gặp ban tổ chức, người điều phối chương trình, hay nếu có thể, gặp trước một vài người tham dự. Tự giới thiệu bản thân, làm quen và hỏi một vài thông tin về họ.

Người tham dự luôn thích nói chuyện và đặt câu hỏi với diễn giả.

Mục tiêu của bạn là hiểu người tham dự. Bạn cần biết họ đang nghĩ gì, đang cảm thấy như thế nào. Hơn hết, bạn muốn họ thấy họ và bạn cùng đẳng cấp.

Lắng nghe các diễn giả khác

Nếu bài nói của bạn tiếp sau một hay vài bài nói khác, bạn cần đến sớm và nghe các bài nói của những diễn giả trước. Việc này rất quan trọng vì bạn cần biết những người trước đã nói những gì trước khi bắt đầu phần nói của mình.

Một vài bài nói của tôi diễn ra vào cuối giờ sáng, trước bữa trưa. Ban tổ chức thường nói, "Anh sẽ bắt đầu lúc 11 giờ, nên có thể đến đây lúc 10 giờ 30". Tuy vậy, dù thế nào tôi cũng sẽ có mặt từ lúc diễn giả đầu tiên bắt đầu nói, thường sẽ là một nhà quản trị công ty, bắt đầu tạo điểm nhấn đầu tiên cho cả buổi. Khi đến lượt mình, sau phần giới thiệu, tôi sẽ nhắc lại những gì các diễn giả trước đã nói, đặc biệt nếu một vị giám đốc điều hành nào đó đưa ra quan điểm về lĩnh vực kinh doanh. Tôi có thể khen việc quan sát và đóng góp của vị diễn giả trước đó bằng cách nói, "Khi chủ tịch của các bạn, ngài Robert Wilson, nói lúc trước, ông ấy đã đưa ra một ý hết sức quan trọng…".

Điều này chứng tỏ cho người nghe thấy rằng: cũng như họ, bạn rất quan tâm đến buổi hội thảo hôm đó.

Một lý do khác bắt buộc bạn phải lắng nghe những diễn giả trước là nếu không biết họ từng nói gì, bạn sẽ có thể lặp lại một ý kiến hoặc đưa ra quan điểm ngược lại với một quan điểm đã được nêu lên trước đó.

Ví dụ, tôi nhớ có lần từng nói trước 2.000 người ở Chicago. Bài nói của tôi diễn ra sau bữa trưa nhưng tôi đã đến từ 8 giờ 30 sáng, khi diễn giả đầu tiên bắt đầu. Bài nói mở đầu nêu lên chủ đề của buổi hội nghị diễn ra rất suôn sẻ và kết thúc bằng một câu chuyện vui.

Sau 20 phút nghỉ ngơi, bài nói thứ hai bắt đầu. Diễn giả thứ hai không quan tâm đến bài nói trước đó. Anh ta đến vừa sát giờ. Bài nói của anh ta bám sát chặt với chủ đề buổi hôm đó và anh ta đã khiến khán giả hết sức ngạc nhiên khi kết thúc bài nói với câu chuyện giống hệt của người thứ nhất. Chỉ có rất ít khán giả cười, đa số còn lại đều tỏ ra không thoải mái. Vị diễn giả đó đã rất bối rối.

Sau đó, điều tệ hơn nữa đã xảy ra. Diễn giả thứ ba tiếp tục kết thúc bài diễn thuyết bằng câu chuyện tương tự vì không theo dõi hai

người trước. Lúc đó, cả hội trường im lặng. Không ai còn cảm thấy câu chuyện đó buồn cười nữa. Thực tế là khán giả đều hiểu không vị diễn giả nào lắng nghe bài nói trước đó. Thái độ của khán giả lúc đó rõ ràng như muốn nhấn mạnh với diễn giả rằng họ cần phải đến sớm. Và dĩ nhiên, vị diễn giả đó thất bại hoàn toàn.

Những gì bạn nói là của riêng bạn

Trong rất nhiều dịp, tôi thường lập dàn ý rất kỹ cho bài nói, và sau đó chỉnh sửa nó rất nhanh vì có thể những diễn giả trước đã nói những ý đó; hoặc đôi khi họ kể cùng một câu chuyện cười mà tôi định kể.

Gặp người giới thiệu

Để có phần mở đầu ấn tượng, bạn cần gặp và nói chuyện trước với người giới thiệu hoặc người dẫn chương trình. Chuẩn bị và in phần giới thiệu ra cho người đó xem trước. Ở đầu trang ghi rõ "Làm ơn đọc chính xác những gì được viết". Phần mở đầu nhàm chán, đọc sai có thể khiến bạn khó khăn hơn trong việc tiếp cận khán giả.

Đáng ngạc nhiên là những người giới thiệu thường không chú trọng đến việc đọc và tập nói trước phần giới thiệu diễn giả trước khi lên sân khấu. Họ đọc ẩu, ngắc ngứ và hay mắc lỗi. Cách duy nhất để tránh điều này là bạn phải viết thật tốt để họ không thể làm hỏng phần giới thiệu đó của bạn, dù cho họ đọc không hay.

Buổi trình diễn bắt đầu!

Sau màn giới thiệu, bạn hãy hít một hơi thật sâu và tự tin bước lên sân khấu. Cảm ơn người giới thiệu bằng một cái bắt tay hoặc một cái ôm, nếu hành động đó là phù hợp. Đứng đối diện với khán giả, mỉm cười và tỏ ra bạn thực sự vui vẻ khi gặp họ.

Giữ im lặng vài giây để khán giả ổn định và tập trung vào bạn. Chậm rãi quan sát khán giả một lượt, chia khán phòng làm bốn phần, hai phần phía trước, hai phần phía sau. Chọn vài người hoặc vài điểm cố định ở trung tâm của mỗi phần để tập trung nhìn vào.

Mở đầu bằng câu nói có thể ngay lập tức thu hút sự chú ý của người nghe, ví dụ như nhắc đến những nhu cầu, mối quan tâm, hay vấn đề thường ngày của khán giả. Giả như khi nói với khách hàng là người kinh doanh hay bán hàng, tôi thường bắt đầu bằng câu:

Tôi có tin vui cho các bạn (dừng một lúc). Chúng ta đang ở trong thời kỳ huy hoàng nhất của lịch sử loài người (dừng một lúc). Trong vài năm tới, càng ngày sẽ càng có nhiều người làm ra nhiều tiền hơn so với vài thế kỷ trước cộng lại. Việc của bạn là trở thành một trong số đó và việc của tôi là chỉ cho bạn cách để đạt được điều đó.

Với cách mở đầu như thế này, tôi đã ngay lập tức thu hút được sự hào hứng và tò mò của khán giả. Mọi người liền tập trung lắng nghe cách để đạt được mục tiêu đó.

Các ý cần xuyên suốt

Không quan trọng bài nói của bạn xoay quanh vấn đề gì, có vài thứ bạn cần làm để đảm bảo khán giả hiểu được logic của bạn, theo sát bài nói và sẵn sàng tiếp nhận ý kiến của bạn.

Liên kết các ý với một câu chuyện

Khi dùng một câu chuyện để giải thích cho một ý nào đó, bạn cần đảm bảo câu chuyện đó phải luôn liên kết với quan điểm của bạn. Ví dụ, sau phần giới thiệu ấn tượng tôi vừa kể trên, mọi người sẽ tập trung lắng nghe phần còn lại của câu chuyện. Tôi có thể giải thích việc Alexander lãnh đạo đội quân của ông chống lại Darius trong cuộc chiến ở Arbela như thế nào, ông đã đánh bại Darius bằng chiến thuật siêu việt dù là một chọi mười, và tiếp tục chinh phục hầu hết các vùng đất trên thế giới lúc bấy giờ.

Sau đó, tôi có thể phân tích các phẩm chất lãnh đạo thể hiện qua tầm nhìn, sự can đảm, tận tụy, quyết đoán, sáng tạo và trách nhiệm. Cuối bài nói, ai ai cũng sẽ cảm thấy mình có thể làm được như Alexander, đặt cược lớn để đạt được thành công trong thị trường cạnh tranh khốc liệt.

Sử dụng cả hai bán cầu não

Một nghiên cứu đạt giải Nobel kết luận rằng bộ não của con người gồm hai phần là não trái và não phải. Hoạt động của não trái liên quan đến tư duy logic, thực tế, phân tích, không liên quan đến cảm xúc. Đây là phần não bộ được sử dụng để tiếp nhận mọi loại thông tin. Hoạt động của não phải liên quan đến hình ảnh, cảm xúc, âm nhạc và các câu chuyện.

Mọi người thường đưa ra quyết định bằng não phải. Việc của bạn là đánh thức và kích thích não phải của người nghe càng nhiều càng tốt. Càng đưa ra nhiều điểm nhấn và nhận xét liên quan đến

phần não phải, bạn càng dễ thu hút khán giả bằng những gì bạn nói. Hãy nhớ đến "phương pháp cần gạt kính" ở phần trước.

Khi dẫn dắt bài nói theo các dẫn chứng và một mạch truyện, hãy chọn một người ở giữa mỗi góc phần tư trong khán phòng bạn vừa chia, thường xuyên đưa mắt về phía họ. Hãy chọn những người có thái độ tích cực, hay mỉm cười và tỏ ra quan tâm đến thông điệp của bạn. Tập trung vào họ, nói như thể đang nói riêng với họ, và sau đó từ từ chuyển sang góc phần tư tiếp theo và tiếp tục làm như vậy.

Nhìn thẳng vào khán giả

Khi bạn hướng mắt về một người lúc đang nói, những người ngồi sau sẽ có phản ứng như thể bạn đang nói chuyện với họ. Khi bạn hướng về một người ở gần góc phòng, những người ngồi sau sẽ cảm thấy như họ là trung tâm của khán phòng vậy.

Đứng lên và truyền thông điệp

Khi nói trước một nhóm đông khán giả, hãy luyện tập phương pháp "Đứng lên và truyền thông điệp". Tạo một ô vuông cạnh dài bằng ba đến năm bàn chân và di chuyển bên trong ô đó. Không đi quá rộng hay chỉ đi lên đi xuống, đi tới đi lui, vì đó là biểu hiện của sự lo lắng. Bạn có thể kiểm soát điều này trước khi lên sân khấu. Để tay buông nhẹ ở bên cạnh, không mân mê quần áo hay xỏ tay vào túi. Bàn tay đưa lên tự nhiên khi đưa ra các luận điểm rồi lại buông nhẹ xuống bên người.

Chuyển ý nhịp nhàng

Việc này giống như lúc bạn đề số hay về số xe. Khi truyền đạt xong một luận điểm, bạn cần ra tín hiệu rõ ràng cho khán giả biết bạn đang chuyển sang một ý mới. Nếu không, mọi người sẽ bị rối và nghĩ rằng các ý đang chồng lên nhau. Việc chuyển ý có thể chỉ đơn giản với câu nói "Ý tiếp theo tôi muốn đề cập là...". Đôi lúc tôi cũng nói, "Bây giờ, chuyển sang phần tiếp theo, tôi muốn nói với các bạn về...".

Truyền đạt các ý thật rõ ràng, đưa ra kết luận cho phần đó và chuyển sang phần mới. Không quay lại với luận điểm đã được đề cập, thảo luận vì như vậy sẽ làm cho khán giả cảm thấy khó hiểu.

Tùy cơ ứng biến

Đôi lúc, khi bạn đang nói thì chợt một ví dụ, câu chuyện hay câu

đùa thú vị nảy ra trong đầu bạn. Đây là một điều rất tự nhiên, ngẫu hứng và là cách tuyệt vời để kết nối với khán giả của bạn. Bạn có thể chuyển sang ý ngẫu hứng ấy như thế này: "Tôi vừa nghĩ đến một chuyện có thể minh họa hoàn hảo cho ý này...". Bạn cũng có thể nói, "Mới hôm qua trên ti vi, có người nói...".

Cần để cho người nghe biết bạn sắp nói một chuyện nằm ngoài đề tài đang nói. Bạn có thể nói, "Tôi xin phép kể chuyện ngoài lề một chút...". Khi kết thúc câu chuyện, giống như khi về số, bạn cần có một đoạn chuyển ý để quay trở về phần nói chính. Đôi lúc tôi nói, "Tôi đưa nhanh vài ý ngoài đề tài...", hoặc "Đây là những gì vừa xảy ra tuần trước...".

Dù bạn nói gì, nói như thế nào, bạn phải để khán giả cảm nhận được bạn đang hoàn toàn kiểm soát bài nói và hiểu bài nói của bạn vẫn có đủ ba phần: mở đầu, nội dung chính và kết luận.

Bám sát lộ trình bài nói

Có rất nhiều diễn giả tôi hay gọi là "người nhiệt tâm". Họ suy nghĩ rất tích cực, vui tính và rõ ràng. Họ thường là những người thông minh, giàu kinh nghiệm và uyên bác. Tuy nhiên, bài nói của họ thường rất lan man. Họ thường mở đầu bài nói rất tốt với một câu chuyện hay một ý quan trọng. Sau đó, họ nhảy từ ý này sang ý khác, nói đi nói lại, lúc vào trọng tâm lúc lại lan man, thốt ra bất cứ điều gì họ nghĩ trong quá trình nói.

Thường họ rất vui tính, dễ mến và mang lại không khí thoải mái cho buổi thuyết trình. Khán giả cười và vỗ tay rất nhiều. Nhưng đến cuối buổi, khán giả lại không thực sự hiểu diễn giả nói gì và muốn truyền đạt thông điệp gì. Mọi người sẽ có cảm giác thất vọng giống như được mời đến ăn tối mà trên bàn tiệc toàn là món tráng miệng.

Duy trì sự thông suốt

Con người luôn có mong muốn sâu xa được biết rõ về lý do, logic và trật tự của mọi việc trong vũ trụ. Điều này được gọi là "ý nghĩa của sự gắn kết". Khi bài nói của bạn đưa ra các ý rõ ràng, bạn đã thỏa mãn được nhu cầu này. Kết quả là khán giả sẽ cảm thấy rất thoải mái và dễ chịu với bạn. Họ thích thú và tò mò về những gì bạn sắp nói.

Ở chương 2, tôid dã đề cập đến việc thiết kế bài nói theo chuỗi các vòng tròn lớn theo một dòng từ đầu đến cuối trang giấy, mỗi vòng tròn thể hiện cho một ý chính bạn chuẩn bị nói. Với các khán giả

là những người bán hàng, tôi nói về phương pháp "Cột sống và xương sườn" bằng cách đặt câu hỏi và xây dựng bài nói dựa trên đó. Cột sống thể hiện cho từng đốt sống riêng biệt là những luận điểm chính trong bài nói. Xương sườn là những câu chuyện bên lề, minh họa, câu nói, mô tả được sử dụng để xây dựng ý chính, chứng minh ý đó với khán giả.

Thiết kế bài nói theo cách đó, bạn có thể đi từ ý này sang ý khác như chú ếch nhảy từ lá sen này sang lá sen khác, giúp bạn dễ nhớ hơn và khán giả cũng dễ tiếp thu bài nói hơn.

Viết ra từng từ một

Viết đầy đủ những câu quan trọng ra giấy giúp bạn đảm bảo có thể truyền tải ý đó thành một câu hoàn chỉnh và tạo ảnh hưởng nhất định cho khán giả. Bạn có thể thấy rõ sự khác biệt giữa câu "Bạn có thể làm bất cứ thứ gì bạn muốn" và "Giới hạn duy nhất cho những gì bạn có thể làm trong tương lai chính là trí tưởng tượng của bạn."

Sử dụng bộ ba sức mạnh

Cách tốt nhất để có bài nói hoàn hảo là nói thành bộ ba. Bằng bất kỳ lý do nào, não người sẽ chịu ảnh hưởng tối đa khi bạn đưa ra điều gì đó theo bộ ba.

Ví dụ, trong tuyên ngôn Gettysburg, Lincoln sử dụng cụm từ nổi tiếng "của nhân dân, do nhân dân, vì nhân dân". Bản tuyên thệ nhậm chức nổi tiếng của John F.Kennedy có nhắc đến cụm từ "trả bất cứ giá nào, chịu bất cứ gánh nặng nào, chấp nhận bất cứ khó khăn nào."

Vì vậy trong bài nói của mình, tôi thường nói, "Bạn có khả năng, ngay bây giờ, để giải quyết bất kỳ vấn đề nào, vượt qua bất cứ rào cản nào và đạt dược bất cứ mục tiêu nào bạn đặt ra cho bản thân". Bạn càng chau chuốt và đầu tư cho câu chữ, bài nói của bạn càng giàu tính thuyết phục.

Vài năm trước, một người bạn động viên tôi viết một cuốn sách. Anh ấy đã nói rất hay: "Viết lách là thứ duy nhất bạn không thể càng làm càng tệ được." Điều này cũng giống như kỹ năng nói. Bạn chỉ có thể nói tốt hơn khi bạn tiếp tục nói. Đó cũng là lý do vì sao chìa khóa thành công trong việc phát triển kỹ năng nói, như Elbert Hubbard từng nói là "Bạn cần nói và nói và nói và nói, và nói và nói và nói.

Tạo mối quan hệ với khán giả

Mọi người càng thích bạn, họ càng sẵn sàng lắng nghe và dễ bị bạn thuyết phục. Giống như Willy Loman từng nói trong cuốnĐiểm chết của người bán hàng, "Điều quan trọng nhất là phải được yêu thích".

Cách đơn giản và hiệu quả nhất để truyền thông điệp tới khán giả là mỉm cười, tỏ ra thân thiện và tự cảm thấy hài lòng với bản thân, như vậy khán giả sẽ cảm thấy thoải mái khi ngồi cùng bạn. Mọi người càng thích bạn, họ càng cởi mở với những gì bạn nói và muốn họ làm.

Một trong những cách hiệu quả để cuốn hút khán giả vào bài nói là đặt câu hỏi. Bất cứ khi nào bạn đưa ra câu hỏi, họ luôn tự động trả lời. Dù câu trả lời không cụ thể hay câu hỏi của bạn chỉ đơn giản là tiểu xảo, mỗi khi đặt câu hỏi, bạn sẽ luôn thu hútđược sự chú ý của người nghe. Họ sẽ tự lục lại mọi thông tin để tìm kiếm đáp án, và sau đó bám sát những gì bạn nói để đưara câu trả lời đúng nhất.

Ví dụ, khi tôi muốn thu hút sự chú ý của các doanh nhân, tôi thường hỏi, "Công việc có mức lương cao nhất và quan trọng nhất ở Mỹ là gì?"

Phản ứng đầu tiên của khán giả là im lặng. Sau đó, mọi người bắt đầu đưa ra câu trả lời: "Ngành giải trí! Bán hàng! Diễn thuyết! Thể thao!"

Sau khi họ trả lời, tôi sẽ cười và nói:

Công việc có giá trị và mức lương cao nhất ở Mỹ là tư duy, vì thành quả mà con người tạo ra đều bắt đầu bằng tư duy. Bạn tư duy càng tốt thì càng đưa ra được quyết định tốt. Quyết định đưa ra càng tốt thì hành động càng tốt. Hành động càng tốt thì kết quả càng tốt, và chất lượng cuộc sống, công việc của bạn sẽ càng được cải thiện.

Sau đó, tôi nói về các công cụ và kỹ thuật hỗ trợ tư duy mà những người nổi tiếng trong ngành thường dùng. Qua bài nói của mình, tôi chỉ ra cách suy nghĩ của họ trong các tình huống khác nhau. Chủ đề được diễn tả xuyên suốt bài nói giúp khán giả luôn tập trung chú ý.

Giữ đúng thời gian và nhịp độ

Định nghĩa chính xác nhất về bài nói hoàn hảo ở mọi mức độ là "buổi trao đổi hào hứng".

Thử nghĩ về việc lái xe với một hộp số chuẩn luôn tốt hơn hộp số tự động. Bạn sẽ phải thường xuyên đổi nhịp trong bài nói. Lúc đi nhanh, lúc đi chậm, lúc nói to, lúc nói nhỏ. Bạn cũng có thể thay đổi âm vực từ nhẹ nhàng, thoải mái đến nhiệt tình, hào hứng.

Khi thay đổi ở nhiều nhịp điệu, tốc độ, mật độ từ ngữ, dừng lại rồi tiếp tục, nhanh rồi chậm, bạn sẽ giữ cho khán giả luôn chú ý đến mình như đang xem giải đua NASCAR vậy. Điều này khiến cho bất cứ điều gì bạn nói đều sẽ trở nên thú vị hơn với người nghe. Họ sẽ không có cơ hội bị xao nhãng hay bị nhàm chán. Bạn phải thường xuyên thay đổi các nhân tố trong bài nói. Tôi sẽ nói kỹ hơn điều này ở Chương 8.

Khi có một bài nói, bạn luôn được yêu cầu nói ngắn gọn. Lượng khán giả đông đảo thường tập trung ở các hội nghị có rất nhiều diễn giả. Vì vậy, họ phải thắt chặt khung thời gian và sắp xếp các bài nói theo quy định chặt chẽ của họ. Ví dụ, một người bạn của tôi được mời đến Hồng Kông chỉ để nói ở một hội nghị quốc tế trong 12 phút. Đó là thời lượng chính xác người tổ chức hội nghị đó đưa ra cho bài nói trong lịch trình.

Lượng thông tin trong bài nói phụ thuộc vào thời gian bạn có. Nguyên tắc của tôi là nếu bài nói của tôi diễn ra trong vòng 30 phút, tôi sẽ xây dựng nó dựa trên ba ý chính. Nếu được nói trong một tiếng, nó sẽ dựa trên năm ý chính. Còn nếu thời gian tôi có lên đến một tiếng rưỡi, bài nói sẽ bao gồm bảy ý chính. Đây là công thức để bạn có thể triển khai bất kỳ bài nói nào.

Tổng hợp và kết luận

Đây gần như phần quan trọng nhất trong bài nói của bạn – phần mà khán giả sẽ nhớ lâu nhất. Bạn cần chuẩn bị và truyền tải thông điệp thật cẩn thận.

Nguyên tắc là bạn nên ghi nhớ phần mở và phần kết để có thể truyền đạt được đến khán giả thật rõ ràng. Các ý trong phần kết cần cụ thể và nêu bật lên ở câu cuối cùng.

Cách đơn giản nhất để kết thúc một bài nói là tổng hợp lại các ý chính, lặp lại từng ý một và đưa ra kết luận theo mạch đó thật tự nhiên.

Các ý trong phần kết được coi như phần "Kêu gọi hành động" để

khán giả thấy điều bạn muốn họ làm sau những gì bạn vừa trình bày.

Nguyên tắc quan trọng nhất là kết thúc bài nói bằng một cú hích. Bạn có thể sử dụng "nguyên tắc bộ ba" để kết thúc bài nói và đưa ra kết luận cuối cùng. Bạn cũng có thể kết thúc bằng một câu trích dẫn hoặc một bài thơ. Nếu có thể, bạn nên thử kể một câu chuyện cười có liên quan và nhấn mạnh ý chính bạn muốn thể hiện. Trong Chương 11, bạn sẽ học cách kết thúc thật bùng nổ.

Khi đến phần kết, hãy dừng lại

Khi kết thúc bài nói, hãy dừng lại, đứng yên trong giây lát và mỉm cười với khán giả.

Khi còn là một diễn giả trẻ, đến cuối bài tôi thường nói "Xin cảm ơn" và nhìn một lượt quanh khán phòng để xem nên rút xuống sân khấu như thế nào cho hợp lý. Thường thì tôi có thể bắt đầu thu dọn tài liệu. Sau đó tôi nhận ra việc đó có thể khiến khán giả bị rối. Thay vào đó, tôi đã học cách đứng yên và mỉm cười với khán giả mỗi khi kết thúc bài nói, ra hiệu là bài nói đã kết thúc và để khán giả chuẩn bị tâm lý.

Chờ đợi

Mỗi lần tôi dừng lại, yên lặng vào cuối mỗi bài nói, một vài người sẽ bắt đầu vỗ tay và sau đó cả khán phòng. Nếu bạn là một diễn giả tuyệt vời, mọi người có thể còn đứng lên, vỗ tay và hò reo cho bạn. Tuy nhiên, bạn cần bình tĩnh, kiên nhẫn và học cách chờ đợi điều đó.

Diễn thuyết trong dịp đặc biệt

Sẽ có rất nhiều dịp đặc biệt mà bạn được yêu cầu phát biểu và có rất ít thời gian để chuẩn bị. Đó có thể sẽ là những khoảnh khắc rất quan trọng trong cuộc đời bạn cũng như với những người khác, vì vậy bài nói của bạn cần thu hút được sự chú ý và quan tâm thật sự của mọi người.

Có năm dịp đặc biệt bạn thường phải phát biểu là: (1) lễ trao giải hoặc tuyên dương; (2) giới thiệu và cảm ơn trong một sự kiện công cộng; (3) sinh nhật hoặc lễ kỷ niệm; (4) hôn lễ và (5) lễ tang. Trong mỗi trường hợp, bạn đều nên sử dụng kỹ năng nói của mình để có được bài nói hay nhất.

(1) Lễ trao giải và tuyên dương. Nghĩ qua về các ý chính và viết ra

trước khi nói. Xác định rõ mục đích của giải thưởng và những việc làm xứng đáng của người được trao giải.

Mọi người đều dõi theo những gì bạn làm và ghi chú những gì bạn nói, đặc biệt là những người được nhận giải. Vị trí của bạn càng quan trọng, lời nói của bạn có tác động càng lớn và được ghi nhớ lâu hơn.

Mỗi khi được tuyên dương và khen thưởng trước mặt người khác, đặc biệt là trước đồng nghiệp của mình, ai cũng thấy mình là người quan trọng. Với một bài nói đầy nhiệt huyết, thông minh và đưa ra được những điều đáng khen ngợi từ người được tuyên dương, bạn có thể mang lại ảnh hưởng lớn đến người nhận thưởng và những người đang theo dõi.

(2) Giới thiệu và cảm ơn. Bạn có thể bị yêu cầu lên giới thiệu diễn giả trong một buổi diễn thuyết trước công chúng hoặc một buổi họp tổ chức. Hãy coi đó là trách nhiệm quan trọng vì mọi người đều đang theo dõi bạn.

Trong các dịp đặc biệt, những phần giới thiệu mào đầu thường diễn ra nhanh và thu hút sự chú ý của người nghe, nên phần này thường tốt hơn bài nói được giới thiệu. Nhiều nhà điều hành nhiệt huyết đã thăng tiến nhanh chỉ qua một bài giới thiệu ấn tượng với những nhà điều hành cấp cao hoặc các diễn giả quan trọng trong ngành.

Vài năm trước, tôi được mời giới thiệu bà Barbara Bush, phu nhân của cựu tổng thống Mỹ George H. W. Bush, trước đám đông khán giả. Tôi đã chuẩn bị rất kỹ và soạn ra bài giới thiệu đầy ấn tượng, khiến phu nhân tổng thống nhận được tràng pháo tay lớn của cả khán phòng khi bước lên sân khấu. Vị tổng thống sau khi xem xong đã trực tiếp đến cảm ơn tôi. Tôi không bao giờ quên được thời khắc đó.

Bạn cũng có thể bị yêu cầu phát biểu sau bài nói. Trong trường hợp này, bạn cần ghi chú lại những ý chính của người nói. Bạn nên cảm ơn diễn giả đó trước, cảm nhận của bạn chính là phần quan trọng nhất mà bạn cần nói. “Cảm ơn bài nói rất tuyệt vời. Chúng tôi rất thích những quan điểm bạn đưa ra. Tôi thích nhất đoạn…”

Khi tự tin phát biểu trước khán giả, mọi người sẽ ngay lập tức nghĩ rằng bạn thông minh hơn, nói năng mạch lạc hơn và có năng lực hơn những người khác. Đừng để lỡ mất những cơ hội đó.

(3) Buổi sinh nhật hoặc lễ kỷ niệm. Đây là những sự kiện quan trọng trong cuộc sống của hầu hết mọi người. Khi bạn được đề nghị phát biểu hay chúc mừng, hãy làm nhiệm vụ của bạn. Trước tiên, nói chuyện với nhân vật chính trong buổi tiệc, hỏi một chút về cuộc sống của người đó. Hỏi mọi người về người đó để tìm hiểu thêm một vài ý có thể đưa vào bài nói.

Khi phát biểu, luôn bày tỏ thái độ biểu dương và chúc mừng. Không lấy nhân vật chính ra làm trò đùa. Hãy khiến họ cảm thấy hài lòng với bản thân. Như vậy, bạn sẽ khiến những người tham gia cũng yêu thích họ.

(4) Hôn lễ. Đây là một trong những dịp quan trọng nhất của đời người cũng như gia đình cô dâu, chú rể. Những gì bạn nói sẽ được ghi nhớ suốt hàng năm trời. Vì vậy, hãy chuẩn bị thật kỹ.

Tôi đã từng được mời đến đám cưới con của vài người bạn. Họ là công nhân với mức thu nhập eo hẹp. Họ yêu cầu người con trai 23 tuổi, đang là kỹ sư, phát biểu chúc mừng người chị gái 25 tuổi sắp lên xe hoa.

Đám cưới rất vui, mọi người uống rượu, cười đùa nói về đám cưới và việc cưới xin. Nhưng khi người em bước lên phát biểu, rõ ràng là cậu ấy đã mang lại không khí trang trọng cho buổi lễ. Khi cậu bắt đầu nói về chị của mình, mọi người đều yên lặng. Trong 15 phút, cậu ấy nói về quãng thời gian hai chị em lớn lên cùng nhau, rằng mình đã có một người chị tuyệt vời.

Cậu ấy quay ngược thời gian, kể lại những câu chuyện thời thơ ấu, về cha mẹ, về những kỷ niệm hai chị em từng có với nhau. Lúc cậu nâng cốc và đưa ra lời chúc cho chị mình một cuộc sống đầy tình yêu và hạnh phúc, tất cả mọi người trong khán phòng đều rưng rưng.

Khi được yêu cầu phát biểu trong đám cưới, hãy nói về những lời vô giá. Nói về tình yêu, sự chung thủy và cuộc sống hạnh phúc lâu dài. Hãy chúc mừng cô dâu, chú rể và gửi đến họ những lời chúc tốt đẹp nhất để họ gắn kết với nhau. Những gì bạn nói rất có giá trị.

(5) Tang lễ. Bạn có thể được mời đọc điếu văn trong đám tang của một người bạn hay người thân của bạn. Khi đó, bạn cần viết trước những gì định nói, vì hai lý do sau. Thứ nhất, bạn có thể rất xúc động khi đọc nó. Nếu không được viết ra, bạn sẽ không truyền tải được hết ý của mình. Thứ hai, bạn cần phải viết cẩn thận để mọi

người có thể lưu lại nó.

Khi đọc điếu văn, bạn cần đọc chậm và nhấn mạnh những từ quan trọng. Tuy nhiên, cũng không nên dài quá 5-8 phút.

Khi viết điếu văn, bạn nên bắt đầu nói về sự tốt bụng, nhân hậu, chân thành, nhân ái của người đã mất. Sau đó, nói về gia đình của người đó và tầm quan trọng của họ với người đó. Bạn cũng nên đề cập đến cuộc đời và những thành tựu người đó đã đạt được. Hãy kết thúc bài điếu văn bằng sự tiếc thương và nhấn mạnh mọi người sẽ không bao giờ quên tinh thần nhiệt huyết và đóng góp của người đó cho xã hội và cuộc sống của mọi người.

Được đọc điếu văn cho một người thực sự là một niềm vinh dự. Vì vậy hãy trân trọng và chuẩn bị nó kỹ lưỡng hết sức có thể.

Kết luận

Phát biểu trước đám đông khán giả là một trong những thử thách thú vị mà bạn được trải nghiệm. Hàng ngàn diễn giả đang diễn thuyết hằng ngày trên thế giới trước đông đảo người nghe. Kỹ năng nói là kỹ năng có thể luyện tập được. Hãy nhớ rằng cách bạn truyền tải bài nói rất quan trọng. Khi học được cách thuyết trình xuất sắc trước công chúng, chuẩn bị và luyện tập càng nhiều, bạn càng có cơ hội trở thành diễn giả đầy thuyết phục và có sức ảnh hưởng đến người nghe trong lĩnh vực thuyết trình của mình.

Chương 8
KỸ NĂNG SỬ DỤNG SỨC MẠNH CỦA GIỌNG NÓI

Nhà hùng biện tài ba nhất là người có thể truyền đạt một cách say mê, đem lại niềm hứng khởi và thay đổi suy nghĩ của người nghe.

— CICERO —

Khi bạn nói, giọng nói là công cụ quan trọng nhất. May mắn thay, bạn có thể học cách sử dụng giọng nói của chính mình, giống như chơi một nhạc cụ, để tăng sức mạnh và tính thuyết phục của bạn trong bất kì cuộc trò chuyện hoặc bài phát biểu nào.

Các ca sĩ nổi tiếng dành nhiều giờ mỗi ngày để luyện giọng, đôi khi trong nhiều tháng và nhiều năm, để đạt chất lượng và sự cộng hưởng cao hơn. Bạn nên làm như vậy. Giọng nói thường có ảnh hưởng sâu hơn, vang xa hơn và mạnh mẽ hơn. Chúng được truyền đi đầy năng lượng và sức mạnh. Khi bạn nói chuyện với sức mạnh và sự tự tin như thể bạn biết rõ chủ đề đang nói và tin tưởng vào tầm quan trọng của các điểm mà bạn nhấn mạnh, người nghe sẽ tin tưởng bạn hơn và công nhận quan điểm của bạn là đúng đắn.

Nói chậm lại

Khi nói chậm hơn, giọng nói của bạn sẽ mang nội lực và mạnh mẽ hơn. Người nghe dễ dàng hiểu và cảm nhận được những gì bạn đang nói. Ở bạn toát lên sự tự tin cao độ. Bạn cho thấy lời nói của bạn quan trọng hơn. Tất cả những người mạnh mẽđều nói chậm, phát âm rõ, thể hiện mình một cách tự tin. Nói chậm rãi thể hiện

sự tự tin và là công cụ để tăng sức mạnh và quyền lực.

Khi bạn nói quá nhanh, cao độ của giọng nói tăng lên, thường xuyên gây liên tưởng đến một cái gì đó kêu cót két và rất trẻ con. Do đó, tác động của lời nói và ảnh hưởng của bạn đối với người nghe sẽ giảm đi vì họ cảm thấy tầm quan trọng hoặc giá trị của những gì bạn đang nói bị giảm dần.

Năng lượng là mấu chốt

Yếu tố quan trọng nhất của một bài diễn thuyết xuất sắc là năng lượng. Bài nói chuyện "đầy nhiệt huyết" thường được thực hiện ở mức năng lượng cao, hướng đến nhiều người hơn và một khoảng cách xa hơn.

Một vài năm trước, tôi đã nói chuyện trước 3.000 người tại một khách sạn mới tại Orlando. Chương trình thảo luận với tôi là phần quan trọng của một hội nghị kéo dài bốn ngày. Bởi vì các hệ thống âm thanh đều mới tinh, họ kết nối cho tôi hai micro riêng biệt, chỉ để chắc chắn chúng hoạt động tốt.

Trong vòng năm phút sau khi tôi bắt đầu nói chuyện, cả hai micro đều ngừng hoạt động. Nhưng căn phòng đã chật cứng người và lịch trình đã được sắp xếp chặt chẽ. Vì vậy tôi quyết định nói không micro và lên giọng để cho toàn bộ khán giả có thể nghe rõ.

Bằng cách nào đó, tôi đã có thể kéo cuộc thảo luận ra khỏi nguy cơ thất bại. Trong 90 phút, tôi đã ném giọng nói của mình đến tận phía cuối của căn phòng. Sau đó, tôi thật sự kiệt sức. Phải mất một lượng năng lượng đáng kinh ngạc để nói to trong khoảng thời gian dài như thế. Tin tốt là bài nói nhận được phản hồi tích cực. Bản sao của bài thuyết trình đã được sao chép và phân phát cho hàng ngàn người.

Mọi người đều phải nghe được

Khi bạn nói trong một khán phòng lớn, mục tiêu của bạn là truyền tiếng nói tới những người ngồi ở hàng xa sân khấu nhất. Bằng cách này, bạn sẽ thu hút được sự chú ý hoàn toàn của tất cả mọi người ở khoảng giữa.

Trong mọi trường hợp, hệ thống âm thanh là người bạn tốt nhất của bạn. Hãy kiểm tra nó thật cẩn thận. Đi xung quanh phòng để xem những vị trí nào im ắng nhất. Hãy chắc chắn rằng âm thanh được truyền tới tất cả các khu vực trong phòng.

Không giả định bất cứ điều gì

Cách đây không lâu, tôi có một buổi hội thảo trong vòng một ngày với khoảng 800 người ở Philadelphia. Tôi đã từng thuyết trình tại căn phòng này. Hệ thống âm thanh đã được kiểm tra và dường như tất cả đều hoạt động tốt.

Nhưng khi tôi bắt đầu nói, nửa sau của khán phòng vẫy tay và phàn nàn rằng họ không thể nghe rõ. Họ phiền lòng và phàn nàn khiến tôi khó có thể tiếp tục nói một cách bình tĩnh và tự tin.

Khi sự cố đó xảy ra, những người phụ trách hệ thống âm thanh đã không bật loa ở nửa sau của căn phòng. Chỉ đơn giản là họ quên béng mất. Và khi hội thảo bắt đầu, những người phụ trách âm thanh thường sẽ lẩn vào một góc nào đó trong khách sạn. Điều này khá phổ biến. Phải mất nửa giờ để có thể khắc phục sự cố ngày hôm đó và tôi gần như phải hét lên trong thời gian chờ đợi.

Hệ thống âm thanh rất quan trọng

Tôi đã từng điều hành một buổi hội thảo với 1.500 người trong một trung tâm hội nghị mà tôi đã thuyết trình vài lần trong những năm qua mà không có bất kỳ vấn đề gì. Nhân dịp này, các nhân viên trung tâm hội nghị thuyết phục những người tổ chức buổi hội thảo sử dụng các khu vực triển lãm cho các buổi hội thảo chứ không phải là khu vực tiệc, nơi mà chúng tôi đã tổ chức trước đây.

Sự khác biệt giữa hai phòng là khu vực tiệc có sàn trải thảm và trần acoustic. Khu vực triển lãm đã được đánh bóng sàn bê tông và trần nhà cao như kho chứa máy bay. Do cấu trúc này được thiết kế cho các triển lãm, nên âm thanh không thể khuếch tán đến mọi khu vực của phòng. Mỗi tiếng động khi bật ra khỏi các sàn và trần nhà và va chạm với chính nó, tạo ra tiếng vang và ồn. Khi tôi bắt đầu, không có ai trong phòng ngoài vài hàng đầu tiên có thể hiểu rõ những gì tôi đã nói. Mọi người bắt đầu phàn nàn, đứng dậy và hét lên. Họ rời khỏi chỗ ngồi của mình để tranh luận với các nhà tổ chức hội thảo. Đó thực sự là một cuộc hỗn loạn.

Hệ thống âm thanh không hoạt động tốt.
Đừng nói!

Khách mời từ các trung tâm hội nghị được dẫn vào phòng. Câu cửa miệng của đám nhân viên là sẽ phủ nhận mọi chuyện và họ bó tay không thể khắc phục được. Chúng tôi đã bị mắc kẹt trong căn phòng âm thanh tịt ngóm với một đám doanh nhân đầy giận

dữ – những người đã bỏ ra một ngày quý giá để tham dự, nhiều người trong số họ đã đi một quãng đường dài để đến buổi hội thảo này.

Không thể để khán giả của mình phải phiền lòng, đích thân tôi đã chỉ đạo việc khắc phục sự cố. Sau khi nhanh chóng trao đổi với các nhân viên của trung tâm hội nghị và quyết định rằng một căn phòng trải thảm sẽ có sẵn hai tuần sau đó, tôi đã thông báo với khán giả rằng buổi hội thảo hôm ấy bị hủy bỏ, và sẽ được tổ chức lại trong hai tuần tới. Để bồi thường cho sự bất tiện của họ, chúng tôi cho phép mỗi người tham dự trong hội thảo hôm nay được dẫn theo một người cùng tham gia hội thảo tới. Và việc này là hoàn toàn miễn phí.

Một số lượng đáng kể người tham gia không hài lòng, nhưng may mắn nhất trong số họ, những nhân viên bán hàng và các doanh nhân, đã chấp nhận bỏ qua và tiếp tục tham dự hội thảo sau. Họ chấp nhận rằng đây là một tình huống khó có thể khắc phục ngay lập tức và đồng ý trở lại sau hai tuần, và họ đã làm như vậy. Và chúng tôi tổ chức hội thảo sau đó trong một căn phòng khác, hệ thống âm thanh đã được kiểm tra kỹ lưỡng và buổi hội thảo đã kết thúc hết sức thành công.

Lường trước một hệ thống âm thanh không hoàn hảo

Điều này là khá phổ biến trong các khách sạn và trung tâm hội nghị, nơi cài đặt các hệ thống âm thanh giá rẻ và không hiệu quả. Khi sắp hoàn tất quá trình xây dựng, gần như tất cả các khách sạn đều vượt ngân sách dự toán. Họ liên tục tìm kiếm những chỗ mà họ có thể cắt giảm chi phí xây dựng. Hai lĩnh vực mà họ cắt giảm nhiều nhất chính là những hệ thống âm thanh và hệ thống điều hòa không khí.

Hầu như tất cả các nhà lập kế hoạch tổ chức cuộc họp và hội thảo mà tôi làm việc cùng trước đây đều mang theo loa và hệ thống âm thanh riêng của họ. Điều này có thể làm tăng chi phí một chút, nhưng nó là một chính sách bảo hiểm để tránh trường hợp một đám đông khán giả thất vọng hay giận dữ.

Tăng cường sức mạnh của giọng nói

Giọng nói của con người giống như cơ bắp. Nó có thể trở nên mạnh mẽ hơn nhờ tập luyện và sử dụng thường xuyên. Nhiều người có giọng nói yếu ớt đã sở hữu một thanh âm khỏe mạnh, tự tin hơn bằng cách kiên trì tập luyện.

Một trong những kỹ thuật tốt nhất để rèn luyện sức mạnh cho giọng nói của mình là đọc to các bài thơ. Chọn một đoạn thơ mà mình thích thú, ghi nhớ nó và sau đó đọc nó thường xuyên khi bạn lái xe hoặc đi bộ. Khi bạn đọc một đoạn thơ, hãy tưởng tượng rằng bạn đang trình bày một bài diễn thuyết ấn tượng trước một số lượng lớn thính giả.

Đặt cảm xúc, sức mạnh, sự nhấn mạnh và năng lượng vào các từ. Đọc từ từ. Thay đổi điểm nhấn vào mỗi từ trong một dòng thơ, và từ đó thay đổi ý nghĩa các dòng. Hãy tưởng tượng rằng những lời nói của bạn giống như phím đàn piano. Khi bạn đọc một câu thơ, đọc to và lần lượt thay đổi trọng âm sang từ khác mỗi lần bạn đọc.

Nhà thơ yêu thích của tôi là Robert W. Service. Các bài thơ của ông đều giống như bài hát với ghép vần và điệp âm tuyệt vời. Nó rất dễ học và dễ nhớ. Một khi bạn đã ghi nhớ chúng, bạn có thể đọc thuộc lòng với chính mình, và với người khác, trong những khoảng thời gian rảnh rỗi của bạn.

Mỗi khi bạn đọc một dòng thơ, hãy đọc như thể bạn đang trình bày nó trên sân khấu, không chỉ bạn chỉ cải thiện với mỗi dòng đó, mà bạn thực sự trở nên tốt hơn trên vai trò một diễn giả với tất cả các dòng thơ khác của bạn khi bạn đứng trên sân khấu trước một lượng khán giả lớn.

Một cách khác để xây dựng sức mạnh giọng nói là đọc to những đoạn kịch, đặc biệt là những đoạn độc thoại từ Shakespeare. Khi tôi còn học trung học, tôi học thuộc lòng văn tế Mark Antony cho Caesar từ vở kịch Julius Caesar của Shakespeare. Tôi vẫn còn nhớ như in vở kịch mà cho đến ngày nay tôi vẫn thực hành và để làm ấm giọng trước khi một cuộc nói chuyện.

Ghi âm và nghe lại giọng nói của bạn

Khi bạn phát triển khả năng nói một cách mạnh mẽ, hãy ghi tất cả những bài thơ bạn tập đọc to lên máy ghi âm. Phát lại các bản ghi âm nhiều lần và tìm cách để cải thiện cách phát âm, nhấn nhá và nhịp độ của bạn.

Khi công ty của tôi dạy kỹ năng thuyết trình, chúng tôi hướng dẫn các thành viên tham gia đứng lên và chia sẻ một câu chuyện về một phần cuộc sống bất kỳ mà họ cảm thấy thoải mái. Một số người nói về công việc của họ. Những người khác nói về con cái của họ. Một số kể lại một trải nghiệm gần đây. Chúng tôi hướng dẫn các học viên nói lớn, dùng lực, sử dụng bàn tay và cử chỉ để

làm cho quan điểm của mình có độ nhấn mạnh cao.

Chúng tôi ghi hình bài thuyết trình ngắn gọn và trình chiếu lại. Trong hầu hết các trường hợp, các học viên đều ngạc nhiên. Họ không nhận ra họ đã thể hiện kém như thế nào khi thảo luận với một nhóm nhỏ.

Nói trước công chúng không giống như một cuộc trò chuyện

Những sai lầm thường gặp nhất bao gồm giới hạn giọng nói ở phạm vi quá nhỏ, nói vấp vì cố gắng nói quá nhanh, dừng lại quá nhiều hoặc không nói gì cả, nói "ừm..." liên tục và sử dụng ngôn ngữ cơ thể không hiệu quả.

Khi học viên được yêu cầu tạo không khí sinh động, tràn đầy năng lượng và đam mê trong lúc thuyết trình về chủ đề của họ, họ cố gắng làm như thế trong các bài thuyết trình ghi hình khác. Kết quả là, họ hầu như luôn ngạc nhiên trước những gì họ cho là mức cao của hoạt náo lại dường như trở thành những hành động nhỏ, thiếu chủ đích đến thế.

Tận dụng giọng nói cho một bài diễn thuyết tốt

Để mở rộng phạm vi tiếng nói của bạn trước đám đông khán giả, hãy nói to nhất có thể, gần như hét lên, vào những thời điểm quan trọng. Dang rộng cánh tay của bạn, sau đó thả tay xuống thật thoải mái. Khi bạn thấy điều này trên một video ghi hình, bạn sẽ luôn luôn ngạc nhiên trước hiệu ứng của hành động này.

Vợ tôi, Barbara, được nuôi dưỡng trong một gia đình mà người cha làm việc ca đêm và ngủ vào ban ngày. Những đứa trẻ trong gia đình luôn được dặn dò phải giữ "yên lặng". Họ đã phát triển thói quen nói chuyện thì thầm và nhón chân khi đi trong nhà trong suốt thời thơ ấu.

Khi Barbara bắt đầu học cách nói trước một nhóm, cô ấy được khuyến khích nói to hơn. Cô ấy cất cao giọng và nói to như thể đang "hét". Nhưng khi nó được phát lại trên màn hình, tiếng "hét" đó chỉ là một âm thanh nhỏ trên một giai điệu đàm thoại. Cô ấy rất ngạc nhiên. Khi bạn xem lại video quay bài thuyết trình của mình, bạn cũng sẽ ngạc nhiên tương tự.

Xem xét và cải thiện

Một trong những cách tốt nhất để cải thiện nhanh chóng và trở thành một diễn giả chuyên nghiệp là ghi hình lại bài thuyết trình

của bạn và sau đó xem lại băng video với một số người, những người sẽ cung cấp cho bạn nhận xét trung thực. Dừng lại và tiếp tục xem các video mỗi 30 hoặc 60 giây. Thảo luận làm thế nào để sử dụng giọng nói và ngôn ngữ cơ thể của bạn để tạo hiệu ứng cá nhân hiệu quả hơn. Dừng video tại một số điểm và lặp lại những gì bạn nói, chính xác như khi bạn có một cơ hội khác để trình bày lại bài thuyết trình này.

Ghi âm những cuộc trò chuyện qua điện thoại

Bạn có thể tăng mức độ làm chủ giọng nói bằng cách ghi âm cuộc nói chuyện của bạn qua điện thoại và sau đó nghe lại. Bạn sẽ ngạc nhiên khi biết mình sử dụng sai ngữ pháp, ngập ngừng và thường gây nhầm lẫn, khi bạn nói chuyện điện thoại. Nhưng tin tốt là mỗi khi bạn ghi âm và phát lại giọng nói của mình, bạn sẽ nhìn thấy và nghe thấy những cách khác nhau mà sau này bạn có thể làm để cải thiện khả năng nói và phát âm rõ ràng.

Lấy sức trong quãng nghỉ

Có lẽ kỹ thuật thanh nhạc hiệu quả nhất bạn sẽ áp dụng khi nói là "Sức mạnh của quãng nghỉ".

Trong một bài hát, tất cả vẻ đẹp được chứa trong những khoảng lặng giữa những nốt nhạc. Khi nói, tác động và sức mạnh của các bài phát biểu được chứa trong những sự im lặng mà bạn tạo ra khi di chuyển từ điểm này sang điểm khác. Đây là một nghệ thuật mà bạn có thể học và thực hành.

Nhiều diễn giả cảm thấy lo lắng khi đứng trước khán giả. Kết quả là họ nói nhanh hơn, với giọng cao hơn bình thường và không dừng lại. Khi bạn thoải mái hơn, bạn nói chậm hơn, tạm dừng thường xuyên và tiếng nói của bạn trở nên sâu sắc, đáng tin hơn. Có bốn kiểu tạm dừng bạn có thể sử dụng để thêm sức mạnh vào bài thuyết trình của mình.

(1) Tạm dừng "có ý nghĩa". Sử dụng sự tạm dừng này bằng cách ngừng thường xuyên ở cuối mỗi câu hoặc mỗi ý để cho phép mọi người tiếp nhận các thông tin mới và bắt kịp với bạn.

Người nghe không thể xử lý nhiều hơn ba câu liên tiếp mà không bị quá tải trong suy nghĩ. Vào thời điểm đó, họ trở nên rối trí và suy nghĩ rời xa trọng tâm. Tâm trí họ bắt đầu lan man và chỉ quay trở lại với bài nói khi bạn làm điều gì đó thu hút sự chú ý của họ.

Không có gì dễ gây chú ý hơn một quãng nghỉ. Khi bạn tạm dừng,

bạn giúp mọi người lên dây cót tinh thần. Dòng suy nghĩ lan man của họ rơi vào sự im lặng mà bạn đã tạo ra. Họ ngay lập tức quay lại chủ đề chính mà bạn đang nói. Mỗi khi tạm dừng, bạn nhận lại được sự tập trung hoàn toàn của mọi người vào bài thuyết trình.

(2) Tạm dừng "kịch tính". Sử dụng sự tạm dừng này vào một thời điểm cụ thể mà bạn muốn làm cho điểm mấu chốt của bài thuyết trình in sâu trong tâm trí người nghe. Bạn có thể sử dụng sự tạm dừng "kịch tính" ngay trước hoặc sau khi cung cấp một điểm quan trọng để cho phép mọi người hiểu được tầm quan trọng của những gì bạn vừa nói hoặc sẽ nói.

(3) Tạm dừng "nhấn mạnh". Sử dụng sự tạm dừng này để nhấn mạnh một điểm quan trọng. Ví dụ, trên đường vào một phòng tổ chức hội thảo, tôi sẽ thường xuyên dừng lại và hỏi một cách tò mò, "Những người quan trọng nhất trong căn phòng này là ai?" Sau đó tôi sẽ dừng lại và chờ đợi một vài giây trong khi mọi người vật lộn với câu trả lời tiềm năng. Một số người sẽ nói, "Tôi!", và một số người sẽ nói, "Là anh đó!" Sau một lúc cố ý ngập ngừng, tôi sẽ tiếp tục bằng cách nói, đề cập đến tất cả mọi người, "Bạn nói đúng! Bạn là người quan trọng nhất trong căn phòng này".

Sau đó tôi sẽ dừng lại một vài giây để tuyên bố đó lắng xuống rồi tiếp tục, "Bạn là người quan trọng nhất trong toàn bộ thế giới của mình. Bạn đóng vai trò quan trọng với tất cả mọi người trong cuộc sống của mình. Và mức độ bạn nhận ra tầm quan trọng của bản thân sẽ quyết định chất lượng cuộc sống của bạn". Sau đó tôi tiếp tục giải thích tầm quan trọng của lòng tự trọng và làm thế nào mà cách một người nghĩ về bản thân mình lại quyết định chất lượng của các mối quan hệ với những người khác trong cả cuộc sống và sự nghiệp cá nhân.

(4) Tạm dừng "kết thúc câu". Đây là lúc bạn đưa ra lời tuyên bố hoặc trích dẫn một dòng mà tất cả mọi người đều quen thuộc. Khi bạn phát biểu nửa đầu của câu, khán giả thường chuẩn bị tinh thần nghiêng về phía trước để hoàn thành nửa câu sau với bạn. Điều này làm cho mọi người gắn chặt hơn với bạn và chú tâm lắng nghe những gì bạn đang nói. Khi đề cập đến tình hình cạnh tranh trong kinh doanh ngày càng gay gắt hơn và chúng ta phải cải thiện năng lực để tiếp tục tồn tại, tôi nói, "Khi việc kinh doanh gặp khó khăn, những khó khăn..." Sau đó, tôi dừng lại và chờ đợi trong khi mọi khán giả hoàn thành câu nói bằng, "... rồi sẽ qua đi".

Bất cứ khi nào sử dụng kỹ thuật này, bạn hãy nhắc nhở bản thân phải dừng lại và chờ đợi cho đến khi các khán giả nói to lên và

hoàn thành các câu. Sau đó bạn lặp lại các từ để hoàn thành các phát biểu. Nhờ vậy, bạn sẽ tranh thủ được toàn bộ sự chú ý của khán giả.

Điều chỉnh tông giọng

Khi bạn muốn nhấn mạnh một điểm nào đó, bạn cần nói to hơn và mạnh mẽ hơn. Càng nhiều sức mạnh và nhấn mạnh bạn đưa vào một phát biểu, khán giả của bạn càng hiểu được tầm quan trọng và sự liên quan của lời phát biểu. Khi bạn muốn chia sẻ điều gì đó nhạy cảm hoặc xúc động, hãy nói nhỏ và nói bằng một giọng thân mật hơn.

Trong một cuộc trò chuyện hay, tông giọng của bạn sẽ nhanh hơn và chậm hơn, to hơn và nhẹ nhàng hơn, bị ngắt bởi một loại cái quãng tạm dừng "đột ngột", "nhấn mạnh", và cho phép mọi người thở và bắt kịp với bạn. Bạn thay đổi các yếu tố giọng hát khác nhau càng nhiều trong bài nói chuyện của bạn, mọi khán giả sẽ thấy nó thú vị hơn, với bất kì một chủ đề nào.

Yếu tố sức khỏe ảnh hưởng đến giọng nói và cổ họng

Giọng nói của bạn là công cụ hiệu quả trong quá trình bạn nói và thuyết phục. Có một vài điều mà bạn có thể làm để đảm bảo rằng giọng nói và cổ họng của bạn được hoạt động tốt.

Năng lượng rất cần thiết để có thể nói tốt và vang xa. Trước buổi nói chuyện ngắn, bạn nên ăn nhẹ. Bữa ăn nhẹ sẽ giúp bạn tươi tắn, tỉnh táo và giúp bộ não của bạn hoạt động tốt nhất.

Trước những buổi nói chuyện dài hơn, chẳng hạn như nửa ngày hoặc cả ngày, bạn cần phải ăn uống đầy đủ. Một bữa sáng hoặc bữa trưa đầy đủ protein sẽ cung cấp cho bạn năng lượng để đốt cháy trong 4-5 giờ. Protein là chất dinh dưỡng thiết yếu cho não bộ, và bạn cần phải suy nghĩ và nói chuyện một cách hiệu quả, vì vậy protein là cần thiết nhất lúc này. Giọng nói của bạn sẽ vẫn mạnh mẽ và tâm trí của bạn sẽ tỉnh táo cả ngày.

Để bảo đảm giọng nói tốt nhất có thể, bạn chỉ nên uống nước ở nhiệt độ phòng vào trước và trong bài phát biểu của bạn. Bên cạnh đó, nước lạnh, thường được uống kèm với đá, có thể thư giãn dây thanh quản và giảm nhiệt độ trong cổ họng của bạn.

Sẽ có lúc bạn gặp rắc rối với giọng nói của mình. Khi bị đau họng, bạn sẽ thấy khó khăn để nói chuyện rõ ràng và vang xa đến hàng ghế khán giả cuối cùng. Nếu điều này xảy ra, hãy uống nước nóng

pha nhiều mật ong và nước cốt chanh. Sự kết hợp kỳ diệu này đã cứu tôi nhiều lần.

Vì chuyến bay dài và đêm ngắn tôi đã bị đau họng, năm nào tôi cũng bị một lần. Nhưng bằng cách liên tục nhấm nháp nước nóng hòa mật ong và chanh, giọng tôi vẫn rõ ràng, khỏe khoắn và có thể nói liền một mạch tám tiếng, từ sáng đến tối, với cơn đau họng. Bạn nên thử một lần xem sao.

Kết luận

Luyện tập sử dụng giọng nói của bạn giống như tập chơi một nhạc cụ, thay đổi giọng điệu và tốc độ nói của bạn, tạo quãng dừng trong buổi nói chuyện và nói vang đến tận hàng ghế cuối cùng sẽ giúp bạn thể hiện sự mạnh mẽ của mình trong mọi tình huống.

Chương 9

THỦ THUẬT THƯƠNG MẠI: KỸ NĂNG DIỄN THUYẾT CHUYÊN NGHIỆP

Một trong những điều khiến bản thân hài lòng nhất mà một người có thể đạt được là làm được điều gì đó vượt trội.

— HORTENSE ODLUM —

Hiện nay, ở Mỹ có khoảng 10.000 diễn giả chuyên nghiệp. 20% số diễn giả này có thu nhập chiếm 80% tổng thu nhập trong lĩnh vực diễn thuyết. Điều này có nghĩa là 2.000 diễn giả kiếm được gấp bốn lần 8.000 số diễn giả còn lại gộp lại.

20% trong số 20% diễn giả hàng đầu này – tức là nhóm 4% diễn giả chuyên nghiệp nhất, khoảng 400 người – chiếm 80% thu nhập từ công việc diễn thuyết và phí đào tạo của những diễn giả số một.

20% của 20% của 20% diễn giả nói trên, khoảng 0,8% số diễn giả hay khoảng 80 người, kiếm được 25.000 đô-la và hầu hết là từ các bài nói dưới 20 phút. Họ thường rất bận rộn với các lịch diễn thuyết và đạt mức thu nhập hơn một 1 đô-la mỗi năm. Một số người còn kiếm được nhiều hơn thế.

Trung bình các diễn giả ở Mỹ chỉ kiếm được ít hơn 500 đô-la một ngày, mặc dù các diễn giả xuất chúng nhất trong cùng lĩnh vực có khi kiếm được 25.000, 50.000 hay thậm chí 100.000 đô-la cho một bài nói.

Sự khác biệt chính giữa những diễn giả có thu nhập thấp và

những diễn giả có thu nhập khổng lồ này là gì? Đó là những gì tôi rút ra được sau quá trình luyện tập và làm việc hơn 25 năm.

Diễn giả có thu nhập cao

Hầu hết các diễn giả có thu nhập cao đều là "Những diễn giả chuyên môn" ("Marquee Speakers"). Những người này thường nổi tiếng và được biết đến với nhiều thành tựu trong giới chính trị, thể thao hay kinh doanh. Những tác giả nổi tiếng thường trở thành diễn giả có thu nhập cao, ít nhất là trong một khoảng thời gian ngắn.

Hầu hết các diễn giả đều được các đơn vị tổ chức hay các nhà điều hành mời đến phát biểu. Mục đích của các tổ chức này là thu hút càng nhiều người tham gia càng tốt. Các buổi họp thường niên thường là cơ hội quan trọng để đưa ra kế hoạch hoạt động cho năm tiếp theo. Diễn giả càng nổi tiếng thì sẽ càng có nhiều người đăng ký tham gia, hay thậm chí trả phí để tham dự buổi họp đó.

Tướng Norman Schwarzkopf là người đã lãnh đạo thành công chiến dịch "Bão táp sa mạc" năm 1991 trong Chiến tranh vùng Vịnh. Khi về hưu, ông nhanh chóng trở thành diễn giả hàng đầu về kỹ năng lãnh đạo. Ông bắt đầu nhận hàng ngàn lời mời mỗi năm để thuyết trình trước các nhóm tổ chức và doanh nghiệp trên toàn nước Mỹ, Canada và khắp nơi trên thế giới. Chi phí cho mỗi bài nói của ông là 100.000 đô-la.

Khi tướng Schwarzkopf về hưu, ông đã có bài nói đầu tiên với tư cách là một công dân. Những gì ông có được từ bài nói đó còn nhiều hơn cả sáu năm chỉ huy 330.000 quân trong chiến dịch "Cơn bão sa mạc".

Các diễn giả phổ thông

Lớp diễn giả thứ hai có thu nhập khá nhưng không thật sự nổi tiếng là những người thuyết trình rất hiệu quả những đề tài quan trọng với các công ty và tổ chức. Trong nhiều trường hợp, họ là chuyên gia trong chính ngành công nghiệp đó, có một vài thành tựu trong ngành và sau đó trở thành diễn giả chuyên nghiệp.

Những người này được gọi là các diễn giả phổ thông – những người thuyết trình về kinh doanh, bán hàng, quản lý, lãnh đạo, phát triển cá nhân và sự nghiệp, nhân chủng học. Họ liên tục được mời vì luôn làm hài lòng khán giả và danh tiếng của họ được lan truyền.

Hai phẩm chất của những diễn giả hàng đầu

Những diễn giả giỏi nhất, dù ở lĩnh vực nào, thuộc chuyên ngành hay không đều có hai phẩm chất quan trọng.

- Tràn đầy năng lượng và sức sống. Họ mang lại những cuộc trao đổi đầy nhiệt huyết cho khán giả. Họ nồng nhiệt, thân thiện và dễ mến. Rõ ràng rằng họ vui khi được ở đó, chia sẻ với khán giả những ý tưởng của mình, coi khán giả như những người bạn, người đồng nghiệp.
- Ngôn từ và cách truyền tải thông minh. Việc lắng nghe một diễn giả là một dạng giải trí bằng thông tin. Mọi người thường hứng thú lắng nghe và học hỏi ý tưởng mới. Những diễn giả thông minh thường chia sẻ các kiến thức đáng giá với người nghe. Họ chỉ thành công lâu dài nếu truyền tải được những bài nói đầy sức mạnh và phổ biến đến công chúng. Mọi người phải gật đầu tán đồng và nói về những gì diễn giả đó đã làm được. Khán giả phải hào hứng và muốn nghe lại một lần nữa.

Những điều các diễn giả hàng đầu thường làm và bạn cũng nên làm như vậy

Dù bạn không có ý định trở thành diễn giả chuyên nghiệp thì sự am hiểu về những yếu tố tạo nên phẩm chất của một diễn giả chuyên nghiệp cũng hữu ích, nó giúp bạn cải thiện kỹ năng thuyết trình trong chính cuộc sống của mình. Dưới đây là một vài nguyên tắc.

Gặp người tổ chức

Khi tổ chức hội thảo, những gì được diễn thuyết là nhân tố quyết định việc đơn vị tổ chức hội thảo có được thuê lại hay không. Vì vậy, trước khi mời một diễn giả, đặc biệt là các diễn giả nổi tiếng, nhà tổ chức phải đảm bảo rằng người đó có thể thu hút được rất nhiều người tham dự và làm họ hài lòng.

Vì vậy, trong lĩnh vực diễn thuyết, việc của các diễn giả là phải khiến người tổ chức thấy yên tâm và hài lòng. Khi thuê một diễn giả xuất chúng và người tham dự hài lòng, họ sẽ khen ngợi sự lựa chọn diễn giả của nhà điều hành doanh nghiệp, tổ chức. Từ đó, đơn vị tổ chức được đánh giá cao và thường được nhận thêm hoa hồng. Diễn giả đó cũng thường được giới thiệu với những người khác.

Ví dụ, tôi từng được mời thuyết trình trong một buổi họp thường

niên của 1.000 doanh nghiệp lớn nhất nước Mỹ do tờ Fortunebình chọn (xếp hạng theo doanh thu). Thư ký của vị chủ tịch là người hâm mộ của tôi. Cô đã kể về những gì cô học được từ những bài nói của tôi và đề xuất để tôi trở thành diễn giả chính trong buổi họp đó. Vị chủ tịch chưa từng nghe tôi nói và chần chừ, không dám đưa một người chưa từng biết đến vào một buổi họp quan trọng như vậy. Cuối cùng thì cô ấy cũng thuyết phục được ông ta rằng tôi là lựa chọn sáng suốt cho ngày hôm đó.

Bài nói diễn ra rất xuất sắc và tôi nhận được sự ủng hộ nhiệt liệt. Vài tuần sau, tôi nhận được bức thư của cô thư ký, nói rằng sếp cô ấy rất hài lòng với bài nói của tôi và cô ấy đã được thăng cấp lên vị trí quản lý và tăng lương thêm 4.000 đô-la.

Danh tiếng của một diễn giả dù tích cực hay tiêu cực đều lan truyền rất nhanh. Nguyên tắc là danh tiếng của bạn được đánh giá bởi bài nói gần nhất bạn thực hiện. Trước khi mời một diễn giả chuyên nghiệp, người tổ chức phải chứng minh được với lãnh đạo của mình rằng khán giả sẽ thực sự hài lòng với những gì diễn giả đó mang lại.

Gặp những diễn giả khác

Dù mục đích của bạn chỉ là thuyết trình thật tốt, hoàn thành công vệc của mình, bạn cũng nên học hỏi các diễn giả chuyên nghiệp khác, lấy họ làm hình mẫu. Bạn nên tham gia mọi bài diễn thuyết, hội thảo nếu có thể, giống như họ làm. Ghi chép lại. Quan sát cách họ tương tác với khán giả trước khi buổi hội thảo bắt đầu và cách họ truyền tải bài nói đến người nghe khi đứng trên sân khấu.

Khi tham gia vào bất kỳ bài nói hay buổi hội thảo nào, hãy luôn tìm cách gặp và bắt tay diễn giả trực tiếp. Cảm ơn họ đã đến. Nói với họ rằng bạn đang tìm kiếm những gì họ vừa nói. Bạn tìm thấy những thứ gắn liền với bản thân và giúp bạn cải thiện kỹnăng nói của mình.

Dành thời gian để nghiên cứu, học hỏi và chuẩn bị

Có rất nhiều nguyên tắc mà những diễn giả chuyên môn hay những diễn giả về kinh doanh luôn tuân thủ để đạt được mức thu nhập và danh tiếng cao nhất. Đầu tiên, như tôi vẫn nhắc đi nhắc lại nhiều lần, các diễn giả hàng đầu thường chuẩn bị rất kỹ lưỡng. Sẽ là rất bình thường khi một diễn giả dành 10 tiếng để đọc, xem xét, sắp xếp lại và luyện tập cho bài nói chỉ trong vòng một tiếng.

Những diễn giả hàng đầu hỏi mọi thứ họ có thể tìm hiểu được về

khán giả. Họ sẽ hỏi về độ tuổi, nghề nghiệp, học vấn của những người tham dự. Họ cũng sẽ hỏi về bài nói của những diễn giả trước với nhóm khán giả này, khán giả đã thích và không thích điều gì trong những bài nói đó. Họ muốn biết về thu nhập và trách nhiệm của những người sẽ đón nhận bài nói.

Đồng thời, họ cũng tìm hiểu về hồ sơ giới thiệu và các thông tin khác của công ty, nghiên cứu kỹ website, tìm hiểu về ngành và lĩnh vực mà công ty, tổ chức đó hoạt động, những sự kiện quan trọng, xu hướng lớn đang diễn ra trong ngành,…

Rõ ràng về mục tiêu

Giống như một diễn giả chuyên nghiệp, bạn cần hiểu rõ lý do vì sao người tổ chức lại chọn bạn. Luôn nhớ rằng mục đích là giúp cho người tổ chức hoàn thành tốt công việc của mình, và bạn chỉ có thể làm thế nếu hiểu rõ người tổ chức muốn bạn đạt được điều gì.

Tôi thường hỏi khách hàng của mình muốn khán giả phản ứng như thế nào sau bài nói. Một khi cả hai bên đều hiểu rõ về mục tiêu cần đạt được, tôi sẽ sắp xếp bài nói để đạt được chúng. Đó sẽ là thước đo độ hiệu quả cho bài nói của tôi.

Cách đây không lâu trước đây, một người tổ chức hội thảo, chủ tịch của một tổ chức lớn, đã nói với tôi, “Bài nói của anh là bài nói hay nhất tôi từng nghe trong 18 năm qua. Anh đã nói được mọi ý chúng ta thảo luận qua điện thoại, y như những gì anh hứa”.

Cô ấy tiếp tục kể về việc những diễn giả khác đã cam kết sẽ làm cho bài nói phù hợp với nhóm của mình nhưng đều không làm được. Tất cả họ đều nghĩ rằng, “có thêm khán giả dễ hơn nhiều so với việc phát triển thêm ý để có một bài thuyết trình mới”. Những người có suy nghĩ này thường sẽ sắp xếp lại các ý cũ và lặp lại chúng, bất kể đối tượng người nghe là ai. Tuy nhiên, nếu làm như vậy, họ không thể diễn thuyết lâu trong ngành.

Học “ngôn ngữ”

Mỗi công ty hay tổ chức đều có một ngôn ngữ riêng, gắn liền với lịch sử, văn hóa và sự kiện gần nhất của họ. Một diễn giả giỏi là người biết tìm hiểu, làm quen với công ty, tổ chức họ chuẩn bị diễn thuyết và khiến người nghe cảm thấy diễn giả đó như người trong đơn vị hoặc trong ngành của họ vậy.

Chuẩn bị và sắp xếp các thông tin

Diễn giả chuyên nghiệp chuẩn bị và sắp xếp bài nói rất kỹ trước khi đến. Họ liên tục ghi chép thông tin, chuyển thể thành ý chính và nhận xét trước và sau bài thuyết trình. Họ không ngừng tìm cách để làm cho luận điểm của mình thú vị và hiệu quả hơn.

Xem lại và tập dượt

Họ xem lại và tập dượt bài nói nhiều lần, kể cả khi họ đã từng thuyết trình bài nói này trước đó. Họ không bao giờ tin vào trí nhớ hay kinh nghiệm. Giống như một phi công kiểm tra lại mọi việc trong danh sách công việc bất cứ lúc nào, diễn giả chuyên nghiệp xem xét lại mọi ý chính trong bài nói liên tục cho đến lúc bước lên sân khấu.

Kiểm tra địa điểm

Những diễn giả chuyên nghiệp hàng đầu thường đến sớm và kiểm tra mọi thứ trong phòng, giống như một vị tướng xem xét từng điều kiện nhỏ nhất trên chiến trường. Họ kiểm tra ba thứ quan trọng nhất: âm thanh, ánh sáng và nhiệt độ. Trong hầu hết mọi trường hợp, một trong ba yếu tố này sẽ phải điều chỉnh.

Người ta nói máy quay là để tập trung vào từng gương mặt cụ thể. Trong diễn thuyết, khán giả đến vì một lý do: để được nhìn thấy diễn giả. Mọi thứ khác họ đều có thể tìm hiểu qua sách vở, báo đài. Như vậy, diễn giả chính là điểm nhấn, là trung tâm của bài diễn thuyết.

Đây là lý do vì sao có những phòng họp được sắp xếp khiến tôi thấy ái ngại. Ví dụ như một vài khách sạn để sân khấu ở vị trí gần như đẩy diễn giả vào một góc tối. Đèn tập trung chiếu sáng cách đó vài mét. Khi giám đốc công ty lên nói, mọi người rất khó nhìn thấy anh ta, và thường chẳng ai quan tâm hay để ý đến bài nói.

Làm quen với khán giả

Các diễn giả chuyên nghiệp gặp và làm quen với người tham dự trước khi bắt đầu bài nói để có thể hiểu thêm về người nghe. Họ tự giới thiệu, hỏi người nghe đang làm gì và có một cuộc trò chuyện rất nhanh. Khi người nghe thấy bạn đang hòa mình với họ bài nói, họ sẽ thân thiện với bạn và có thái độ chủ động, tích cực hơn. Khi bạn thuyết trình, bạn đã chinh phục được họ rồi.

Ghi nhớ tên của những người quan trọng

Một trong những điều quan trọng mà một diễn giả chuyên nghiệp

thường làm là nhớ tên những người quan trọng và nhắc đến họ trong bài nói. Thi thoảng, tôi thường nêu tên họ như "Giám đốc của các bạn, ngài William Henry, thường nhấn mạnh về tầm quan trọng của chất lượng và giá trị bạn làm ra hay mang đến cho khách hàng".

Tôi sẽ tìm được điều này trong báo cáo thường niên, thư hay email của vị giám đốc đó, hoặc nghe anh ta đề cập trong một bài nói nào đó. Mọi người thường thấy hài lòng khi được nhắc đến với những điều tốt đẹp.

Biết cách bắt đầu và kết thúc

Diễn giả chuyên nghiệp chuẩn bị phần mở đầu và kết thúc rất cẩn thận và luyện tập nhiều lần. Họ biết chính xác phải bắt đầu như thế nào và kết thúc ra sao.

Họ kiểm tra lại phần mở đầu của họ với phần giới thiệu của người dẫn chương trình để mọi thứ được mạch lạc. Cách người dẫn chương trình giới thiệu diễn giả sẽ tạo bối cảnh cho diễn giả trong buổi đó, nên không thể làm qua loa. Đó là lý do vì sao luôn phải viết ra phần lời giới thiệu cẩn thận để nó có thể tạo cảm hứng và kỳ vọng khi được đọc lên.

Gắn kết với người nghe

Các diễn giả hàng đầu gắn kết với người nghe từ những lời nói đầu tiên. Họ có thể bắt đầu bằng cách yên lặng vài phút hoặc mở đầu thật ấn tượng để thu hút sự chú ý của khán giả. Thường thì tôi sẽ bước lên sân khấu, đứng im lặng vài giây, sau đó bắt đầu nói, "Cảm ơn mọi người đã có mặt tại đây, tôi đảm bảo rằng các bạn sẽ hứng thú với những gì tôi sắp nói".

Màn mở đầu này đã trả lời cho câu hỏi ngầm của mọi khán giả "Liệu đây có phải bài thuyết trình hay hay không?" Nó sẽ ngay lập tức khiến khán giả hài lòng. Mọi người sẽ mỉm cười và thư giãn. Chỉ với một vài từ khóa quan trọng, câu hỏi của họ đã có câu trả lời.

Những diễn giả chuyên nghiệp thường khiến khán giả không thể ngồi yên. Họ liên tục đặt câu hỏi, dừng lại một lúc rồi tiếp tục đưa ra câu trả lời. Họ tạo các luận điểm và nhấn mạnh ý chính. Họ kể các câu chuyện minh họa cho thông điệp của mình.

Coi khán giả như bạn

Những diễn giả hàng đầu thường coi khán giả như bạn. Họ mỉm cười với khán giả, thể hiện họ rất vui khi được gặp khán giả của mình và họ thật sự hài lòng vì đã có cơ hội được chia sẻ quan điểm của mình với người nghe. Khán giả sẽ ngay lập tức có cảm tình và có thái độ tích cực với họ. Bạn cũng sẽ có được điều đó nếu trở nên duyên dáng trên sân khấu, mỉm cười thân thiện trước khi bắt đầu nói.

Sử dụng mọi phương pháp có thể

Khi bắt đầu, các diễn giả hàng đầu thường cam kết rằng những gì họ sắp thuyết trình sẽ rất thú vị và hữu ích. Họ thường kể chuyện về những người sau khi nghe về những điều tương tự đã có những bước chuyển lớn trong cuộc sống. Họ thường sử dụng các biện pháp tu từ và các phương thức hay được sử dụng trên sân khấu, trong phim ảnh trong nhiều năm.

Họ sử dụng sự im lặng để tập trung chú ý của khán giả, cho họ thời gian ổn định, hoặc hiểu được ý chính. Họ để khoảng lặng trước mỗi ý chính hay ngay sau đó, để đảm bảo truyền tải được đúng và nhấn mạnh vào ý chính. Họ đặt câu hỏi liên tục vì mọi người thường có phản xạ trả lời rất tự nhiên sau khi nhận được câu hỏi, dù chỉ là nhủ thầm trong đầu.

Có một câu nói trong bán hàng và thuyết trình là người đặt câu hỏi là người nắm quyền kiểm soát. Khi bạn đặt câu hỏi, bạn đã thu hút được sự chú ý của khán giả trong thời gian vừa đủ để họ trả lời câu hỏi. Họ sẽ suy nghĩ về câu hỏi đó, đặc biệt khi câu trả lời của họ khác biệt với những người còn lại.

Liên tục thay đổi nhịp độ

Thuyết trình không giống như bán hàng. Bạn cần liên tục thay đổi nhịp điệu bài nói bằng cách đặt câu hỏi rồi đưa ra câu trả lời. Tận dụng những điểm dừng, các khoảng lặng trước và sau mỗi ý chính. Chú ý ngắt câu trước khi đưa ra kết luận.

Các diễn giả hàng đầu là các chuyên gia điều khiển thời gian. Họ kể chuyện thành các phần riêng biệt, có điểm dừng và điểm nhấn, thi thoảng họ liên kết với các ý khác, sau đó quay lại câu chuyện chính. Cách họ kể chuyện cười cũng vậy. Câu chuyện sau đây là một ví dụ.

Nhiều người từ chối việc nhận trách nhiệm cho những việc xảy ra trong cuộc sống. Điều này nhắc tôi nhớ đến câu chuyện của Ole và Sven, những người từng đến Thụy Điển nhiều năm trước bằng

con tàu chở hàng cũ. Chuyến tàu đó đã gặp bão tuyết ở Bắc Đại Tây Dương.

Ole chạy đến chỗ Sven và nói, "Sven, Sven, con tàu sắp chìm rồi, nó sắp chìm rồi!"

Sven nói, "Quan tâm làm gì? Nó không phải là tàu của chúng ta."

Ồ. Vậy mọi chuyện chỉ quan trọng nếu đó là con tàu của bạn?

Hòa vào câu chuyện

Những diễn giả chuyên nghiệp kể chuyện rất kịch tính, ý nghĩa và dường như hòa mình vào câu chuyện. Họ để mọi người tự hiểu ra câu chuyện theo cách riêng của mỗi người. Họ cho khán giả thời gian, quan sát nét mặt khán giả cho đến khi họ biết là khán giả đều đã hiểu câu chuyện.

Tương tự như khi bạn kể chuyện cười, quan trọng là bạn không được tự giẫm lên chân chính mình. Khi khán giả cười, hãy để họ cười xong đã rồi mới tiếp tục bài nói của mình.

Khán giả luôn thích diễn giả pha trò. Họ thích cười. Đừng làm họ đứt mạch khi đang suy ngẫm hay đang cười sau những gì bạn nói.

Sử dụng cả giọng nói và ngôn ngữ cơ thể

Những diễn giả chuyên nghiệp thường có giọng nói to hơn bình thường. Điều này thể hiện sự tự tin của họ vào những điều họ nói. Họ dùng ngôn ngữ cơ thể, cử động tay, gật đầu và mô tả nhiều hơn.

Ví dụ, khi muốn đưa ra một ý quan trọng, bạn dang rộng tay hay lên giọng. Khi muốn thể hiện sự thân thiện, bạn đưa tay nhẹ nhàng về phía người nghe.

Bạn nên buông tay khi nói. Tư thế đứng bình thường là buông lỏng hai cánh tay dọc thân mình sẽ tự nhiên hơn là giơ tay trước ngực.

Bạn có thể chạm các đầu ngón tay vào nhau khi muốn nhấn mạnh một ý nào đó. Giữ cho đầu và cằm của bạn ngẩng lên, thể hiện rằng bạn tự tin với những gì mình nói.

Đặc biệt, hãy cười thật thân thiện với khán giả. Hãy giống như ông già Noel. Tự tin vào bản thân. Luôn vui vẻ, hạnh phúc. Nói

như thể đó là trải nghiệm tuyệt vời của bạn và bạn đang tận hưởng từng giây phút.

Kết luận

Kết luận cuối cùng: cách duy nhất để luyện nói là nói liên tục. Chỉ cần bạn chịu khó chuẩn bị, luyện tập và tập dượt nhiều lần, kết hợp nhiều phương pháp thuyết trình chuyên nghiệp trong bài nói của mình, bạn sẽ sớm trở thành diễn giả tài ba, luôn được mời diễn thuyết và ngày càng kiếm được bộn tiền.

Chương 10
KIỂM SOÁT KHÔNG GIAN CỦA BẠN

Chúng ta không thể khiến trời mưa, nhưng chúng ta có thể cày xới đồng ruộng kỹ càng để đón cơn mưa.

— HENRI NOUWEN —

Một trong những yếu tố quyết định thành công của bạn trong vai trò một diễn giả là không gian mà bạn nói chuyện. Bạn phải kiểm tra cẩn thận và chuẩn bị nó càng kỹ càng tốt.

Có ba yếu tố vật lý quan trọng cần lưu ý: (1) âm thanh; (2) ánh sáng và (3) nhiệt độ. Đây là ba yếu tố gây ra hầu hết mọi sự cố trong một buổi nói chuyện. Bạn đã nghe nói tới Luật Murphy chưa? "Bất cứ điều gì cũng có thể gây ra sự cố". Luật này có khả năng đã được mấy tay thuyết trình phát hiện ra trong các cuộc đàm phán và hội thảo tại khách sạn và những cơ sở hội nghị khác.

Gần như là tất cả những người làm công tác chuẩn bị cho các hội nghị, hội thảo, và các bài phát biểu đã tham gia một khóa học đặc biệt về nói dối, bóp méo sự thật hoặc chỉ nói một nửa sự thật với những người tổ chức hội thảo, đặc biệt là vào thời điểm chuẩn bị diễn ra bài thuyết trình.

Nhận biết những lời nói dối

Điều đầu tiên phải biết khi trình bày các bài thuyết trình trước công chúng là các khách sạn thường nói dối. Tôi học được điều này từ lần đầu tiên diễn thuyết, và nó được chứng minh rõ hơn

qua nhiều lần sau đó. Đến 90% những lần tôi tổ chức hội thảo, khách sạn luôn nói dối.

Gần như là tất cả những người làm công tác chuẩn bị cho các hội nghị, hội thảo, các bài phát biểu đã tham gia một khóa học đặc biệt về nói dối, bóp méo sự thật hoặc chỉ nói một nửa sự thật với những người tổ chức hội thảo, đặc biệt là vào thời điểm chuẩn bị diễn ra bài thuyết trình.

Nội quy phòng cháy

Một trong những lý do quen thuộc của họ là "Nội quy phòng cháy". Họ luôn luôn nói rằng họ không thể làm hay thay đổi một cái gì đó bởi vì các quy định phòng cháy. Thực tế là họ không muốn thay đổi bất cứ điều gì trong phòng hay các thiết kế có sẵn. Các "nội quy phòng cháy" chắc chắn không phải là nguyên nhân, nhưng nó khiến các kế hoạch tổ chức có nguy cơ diễn ra một cách không chuyên nghiệp.

Mỗi khi nghe điều này, tôi chỉ nói: "Cha tôi là một thanh tra phòng cháy, và tôi khá quen thuộc với các quy định phòng cháy. Chỉ cho tôi xem quy định không được phép bố trí phòng theo cách này nằm ở chỗ nào thế?" Cách này luôn hiệu quả. Họ ngay lập tức ngừng viện các lý do và bắt đầu hợp tác. Tôi đã thấy điều này xảy ra rất nhiều lần, trong hàng trăm trung tâm hội nghị.

"Cái đó được máy tính điều khiển"

Một lý do khác mà họ cung cấp cho bạn là "Ánh sáng được hệ thống máy tính điều khiển. Chúng ta không thể làm gì cho đến khi các kỹ sư đến". Và luôn có lý do để các kỹ sư không bao giờ đến hoặc không thể có mặt ngay lập tức. Người đó đang tham dự một cuộc họp, đi nghỉ, hoặc đối phó với trường hợp khẩn cấp khác.

Làm thế nào để đối phó với những lời nói dối

Chìa khóa để thành công trong việc tổ chức các buổi hội thảo là bạn phải trở nên thân thiện, lịch sự, và quyến rũ, nhưng đồng thời nhẹ nhàng bảo vệ lập trường riêng với các nhân viên. Mục tiêu của bạn không phải là để họ bực tức với bạn ngay từ đầu công cuộc tổ chức. Họ là những người duy nhất có thể giúp bạn. Nhưng đây là một số điều bạn có thể làm để có được kết quả nhất định.

Tôi từng chủ trì một cuộc hội thảo ở Tampa, Florida. Nhiệt độ phòng là 270C. Mọi người đổ mồ hôi, uể oải lấy tài liệu hội thảolàm quạt. Họ đã bắt đầu bỏ về và đòi lại tiền vé.

Tôi bảo người tổ chức gọi cho khách sạn và yêu cầu họ hạ nhiệt độ xuống. Cô ấy gọi nhiều lần nhưng không có kết quả gì. Họ đưa ra tất cả các lý do thông thường. "Các kỹ sư đang xử lý; nó được máy tính điều khiển; chúng tôi đang làm mọi thứ có thể".

Cuối cùng, vào giờ giải lao, tôi gọi đến văn phòng hội sở và nói với họ rằng nếu nhiệt độ không được hạ xuống và điều hòa không khí không được bật trong vòng hai phút, chúng tôi sẽ hủy bỏ các buổi hội thảo, từ chối trả tiền cho căn phòng và kiện đòi bồi thường doanh thu bị mất. Cách này mang lại hiệu quả tuyệt vời. Khi đứng ở đó, tôi có thể cảm nhận được cơn gió lạnh truyền tới. Sau hai tiếng trình bày với họ và nghe từng lời bào chữa có thể tưởng tượng, ngay khi bị chúng tôi đe dọa không trả tiền, điều hòa đã được bật và hoạt động cho đến phút cuối cùng của hội thảo.

Từ chối trả tiền

Tôi luôn khuyến khích khách hàng của tôi gọi cho người phụ trách và nói với người đó, "Chúng tôi sẽ không trả tiền cho căn phòng nếu máy lạnh hoặc nhiệt độ không được điều chỉnh ngay lập tức." Hầu hết các trường hợp, tất cả những khó khăn kỹ thuật ở khâu tổ chức đột nhiên được giải quyết và nhiệt độ được hạ xuống, điều chỉnh đến nhiệt độ thoải mái hợp lý.

Kiểm tra hệ thống chiếu sáng

Ánh sáng là yếu tố rất quan trọng với một bài diễn thuyết trong hội thảo. Mọi sự chú ý của khán giả đều tập trung vào khuôn mặt bạn, từ ánh mắt đến đạo cụ của bạn. Hãy nhớ rằng 70% khán giả "tư duy bằng hình ảnh". Họ chỉ có thể xử lý thông tin nếu được nhìn thấy nó. Còn lại 30% "tư duy bằng âm thanh". Đây là những người xử lý thông tin chỉ khi họ có thể nghe thấy rõ ràng. Nhiệm vụ của bạn là phải phục vụ và đáp ứng cho cả hai nhóm người đó.

Kiểu gì cũng sẽ có lần ánh sáng gặp sự cố và ảnh hưởng đến bài diễn thuyết của bạn. Vì lý do này, bạn nên đến đủ sớm để có thể kiểm tra ánh sáng kỹ lưỡng trước khi lên sân khấu. Nếu ánh sáng có gì đó trục trặc khi bạn bắt đầu diễn thuyết thì sau đó sẽ gần như không thể thay đổi được gì nữa đâu.

Nơi đặt hệ thống chiếu sáng

Trên sân khấu hoặc khi sản xuất chương trình ti vi, mọi người thường dành một hoặc hai ngày trước đó chỉ để lắp đặt các hệ thống đèn. Họ sắp xếp hệ thống ánh sáng và di chuyển nó xung quanh sao cho không có bóng trên sân khấu hoặc lên các diễn

viên. Phải đảm bảo rằng mọi người đều có thể nhìn rõ các diễn viên từ mọi góc độ trong khán phòng. Đấy là điều lý tưởng nhất.

Khi làm diễn giả, phòng hội thảo của bạn phải được trang bị đầy đủ ánh sáng. Ánh sáng phải được chiếu hai bên người bạn mọi lúc để không có bóng trên khuôn mặt của bạn. Những cơ sở có đèn chùm để chiếu vào bạn từ phía trên chứ không phải từ phía trước sẽ che mất nửa dưới khuôn mặt bạn. Điều này sẽ gây ra phản ứng tiêu cực từ khán giả.

“Con ma trong nhà hát”

Trong lần thuyết trình tại một khách sạn, chúng tôi yêu cầu cho chiếu sáng bổ sung và khách sạn nói với chúng tôi (hãy nhớ rằng, khách sạn luôn luôn nói dối!) rằng họ chỉ có thể tìm được một đèn sân khấu duy nhất. Nhân viên khách sạn đã mang nó vào phòng và lắp sang một bên, ở phía sau khán giả. Đèn này chiếu vào một nửa khuôn mặt tôi, làm tôi trông như một “Con ma trong nhà hát” suốt toàn bộ bài thuyết trình.

Phản ứng từ khán giả đã ngay lập tức trở nên tiêu cực. Mọi người thực sự giận dữ. Họ chỉ trích buổi thuyết trình, đòi lại tiền vé và bỏ về. Vì một số lý do, ánh sáng nửa khuôn mặt làm tôi trông nham hiểm, độc ác và người tham gia đã có phản ứng không hề tốt. Chúng tôi không bao giờ phạm sai lầm về việc chỉ có một đèn chiếu sáng một lần nào nữa trong đời.

Khuôn mặt bạn là yếu tố tối quan trọng

Khi sắp xếp hệ thống chiếu sáng cho một buổi hội thảo, tôi luôn yêu cầu các kỹ thuật viên phải lắp đặt sao cho người ngồi ở hàng ghế cuối vẫn nhìn thấy rõ khuôn mặt tôi. Tôi nhấn mạnh rằng sân khấu phải sáng bừng như trong phòng mổ. Họ thường gật đầu và giả vờ đồng ý nhưng lại thầm nghĩ rằng tôi không hiểu rõ những gì tôi đang yêu cầu. Vì vậy, tôi luôn phải kiên trì.

Trong nhiều trường hợp, các nhân viên sẽ chuẩn bị sân khấu và khán đài để thuận lợi cho việc trình chiếu chứ không phải để làm sáng các diễn giả. Họ sẽ nói “Nếu chúng ta bật tất cả đèn, nó sẽ làm lóa màn hình”. Hãy cảnh giác với điều này, bởi vì nó thường xuyên xảy ra. Nhấn mạnh rằng bạn không quan tâm màn hình trông thế nào. Ánh sáng trên khuôn mặt của bạn mới là điều quan trọng nhất.

Hãy đến sớm để kiểm tra

Một vài năm trước, tôi đã từng có một bài diễn thuyết trong một hội thảo tại Irvine, California. Hội thảo của tôi diễn ra trong suốt buổi chiều, và như thường lệ, tôi đến vào giữa buổi sáng để xem các diễn giả trình bày trước tôi.

Khi tôi bước vào một phòng hội nghị cao cấp của khách sạn Hyatt, căn phòng chỉ được chiếu sáng một nửa công suất, mờ mờ ảo ảo như một hộp đêm. Diễn giả và khán giả chỉ nhìn thấy nhau qua một không gian mơ hồ, xa cách. Tôi thấy kinh hoàng.

Ngay lập tức, tôi mời một nhân viên khách sạn vào phòng. Tôi nói, "Anh có cách nào để có thể bật tất cả đèn trong phòng này lên không?" Anh ta nói: "Ồ, anh muốn bật sáng hết đèn ư?"

Khi tôi nói có, ngay lập tức anh ta đến chỗ bảng công tắc, chạm vào một vài nút, và cả căn phòng ngập tràn ánh sáng, sáng bừng như một phòng học. Đó là một cú sốc đối với tôi và cho tất cả mọi người trong khán phòng. Họ đã rất căng thẳng để theo dõi và nắm bắt bài thuyết trình của diễn giả trong suốt hai tiếng vừa qua.

"Tôi không cần hiệu ứng mờ ảo như hộp đêm"

Câu nói này đã trở thành một điệp khúc phổ biến đối với tôi. Bất cứ khi nào tôi đến một buổi thuyết trình, tôi đều nói với những nhân viên ở đó rằng tôi muốn tất cả các đèn chiếu sáng phải được bật đầy đủ. Tôi nói với họ, "Tôi không cần hiệu ứng mờ ảo như hộp đêm". Tôi đã từng rất ngạc nhiên khi biết rằng các kỹ thuật viên đều nghĩ rằng các diễn giả muốn mình được bừng sáng trên sân khấu, còn phần còn lại của căn phòng phải tắt đèn để họ không nhìn thấy khán giả đang ngồi phía dưới trong khi nói. Tuy nhiên trong tình huống này khán giả sẽ nhìn diễn giả như một người nghệ sĩ đang biểu diễn trên sân khấu giải trí. Khán giả sẽ lặng lẽ để xem buổi biểu diễn, không muốn thực hiện bất kỳ tiếng ồn nào. Họ càng không có phản hồi hoặc tương tác với các diễn giả. Các khán giả ngồi gần giống như một chú chuột chũi nhìn ra ngoài hang nơi diễn giả bừng sáng trên sân khấu.

Hãy nhớ rằng, trừ khi bạn là một nghệ sĩ chuyên nghiệp trong một hộp đêm, bạn luôn cần ánh sáng đầy đủ trong toàn bộ căn phòng hội thảo. Điều này có nghĩa rằng toàn bộ phòng nên sáng bừng như một phòng học. Bạn muốn mọi người có thể nhìn thấy nhau, thấy bạn rõ ràng, và ghi chép về các chủ đề mà bạn đang thảo luận. Đây là điều cần thiết cho khán giả thích thú và hài lòng với bài thuyết trình.

Kiểm soát việc bố trí phòng

Những người sắp xếp bàn ghế trong các cơ sở hội thảo được trả lương không cao. Một vài người trong số họ không quan tâm đến hướng dẫn mà bạn đã thảo luận rất tỉ mỉ với các cán bộ cơ sở. Mục tiêu của họ là sắp xếp bàn ghế càng nhanh càng tốt và rời phòng trước khi bất cứ ai khác yêu cầu họ thực hiện bất kỳ thay đổi nào.

Giám sát việc bố trí phòng

Khi tiến hành các cuộc hội thảo trên khắp cả nước, chúng tôi sẽ yêu cầu phải luôn được có mặt trong quá trình bố trí căn phòng. Chúng tôi biết rằng có vô số những sai lầm mà họ có thể gây ra và chúng tôi muốn có thể nắm bắt và khắc phục chúng trong khi các nhân viên vẫn còn sẵn sàng làm việc.

Vô số lần chúng tôi được thông báo rằng căn phòng được sử dụng cho một việc khác vào tối hôm trước, và rằng các nhân viên tạp vụ sẽ đến vào lúc 3 giờ sáng. Chúng tôi sẽ nói, “Được rồi. Chúng tôi sẽ có mặt ở đây lúc 3 giờ sáng để giám sát việcbố trí”. Và rất nhiều lần chúng tôi đã đến đúng 3 giờ sáng để căn phòng được sắp xếp sẵn sàng. Một điều chắc chắn là một khi căn phòng được bố trí không đúng yêu cầu và các nhân viên đã rời đi, việc yêu cầu họ quay trở lại để lắp đặt lại bàn ghế như cách chúng tôi đã yêu cầu ban đầu luôn trở thành một vấn đề lớn.

Không bao giờ được chủ quan về việc bố trí phòng. Chúng tôi luôn viết hướng dẫn rõ ràng, với sơ đồ cụ thể và gửi đến ban tổ chức cuộc hội thảo. Sau đó chúng tôi gọi điện thoại hoặc gặp gỡ trực tiếp với họ và thảo luận về từng điểm một cách rõ ràng, chi tiết nhất.

Không được chủ quan về bất kì vấn đề gì

Ngay cả khi bạn đã giải thích chính xác cách bạn muốn thiết lập căn phòng như thế nào, trong hầu hết các trường hợp, người ta sẽ bỏ qua hướng dẫn của bạn hoặc hiểu sai những gì bạn yêu cầu. Đây là lý do tại sao việc đến sớm là rất quan trọng để kiểm tra tất cả mọi thứ và thực hiện thay đổi khi cần thiết.

Một phần lý do tôi được xem là diễn giả thành công trong những năm qua chính là mối quan tâm gần như ám ảnh của tôi đến sự thoải mái của khán giả. Từ hội thảo đầu tiên của tôi với vỏn vẹn bảy người tham dự, tôi đã suy nghĩ rất nhiều đến khả năng khán giả nhìn thấy tôi rõ ràng và tất cả mọi thứ mà tôi đã viết. Tôi thiết lập và tổ chức lại bàn ghế để đảm bảo khả năng hiển thị và sự

thoải mái tối đa. Tuy số lượng khán giả ngày càng tăng lên, mối quan tâm của tôi cho sự thoải mái của họ không bao giờ giảm bớt. Cuối cùng, tôi đã tiến hành các cuộc hội thảo cho hàng trăm người trong vòng vài ngày. Tôi trở nên rất nhạy cảm với những thay đổi nhỏ để làm cho khán giả được thực sự thoải mái như với những gì tôi đã nói.

Mọi người phải dễ dàng quan sát được bạn

Mỗi khán giả đều phải được nhìn rõ bạn từ bất cứ vị trí nào họ đang ngồi. Điều này đòi hỏi bạn phải sắp xếp ghế ngồi trong nửa vòng tròn di chuyển ra ngoài từ sân khấu, giống như một sân khấu biểu diễn nghệ thuật bất cứ khi nào có thể. Nếu số lượng khán giả lớn hơn nhiều, tất cả ghế ngồi dọc theo hai bên khán phòng nên được xếp theo góc 450 để khán giả ngồi đó có thể nhìn thấy diễn giả mà không cần phải vặn người hoặc đứng dậy. Hàng đầu tiên phải đủ gần để bạn tiếp cận với khán giả, giống như hàng đầu tiên trong một nhà hát, nơi các diễn viên có thể tiếp cận khán giả và người hâm mộ dễ dàng thưởng thức trọn vẹn màn biểu diễn. Các hàng ghế xa nhất phải nằm trong khoảng cách mà bạn có thể nói đủ to để liên lạc với họ.

Sắp xếp khán giả ngồi gần nhau hơn

Hãy tưởng tượng rằng năng lượng của bạn giống như dòng điện. Bạn muốn tạo ra một vòng cung kết nối cảm xúc và dẫn điện tới khán giả của bạn. Hàng đầu tiên càng gần, kết nối dẫn điện càng dễ dàng hơn, sau đó kết nối này sẽ lan truyền đến toàn bộ khán giả.

Bất cứ khi nào có thể, đừng để có một lối đi trung tâm nào khi bạn đang nói. Lối đi đó sẽ khiến năng lượng của bạn truyền xuống và đi ra phía sau của căn phòng.

Nhưng khi bạn có một hàng khán giả vững chắc ở phía trước, thác năng lượng của bạn truyền vào hàng đầu tiên, giống như một làn sóng từ trong đại dương. Nó truyền vào khán giả, kết nối với mọi người, dồn dập và liên tiếp. Tạo khoảng cách giữa các hàng ghế để mọi người có thể đến và đi từ ghế của họ, nhưng không bao giờ cho phép một lối đi trung tâm, nếu bạn đượclựa chọn, quyết định.

Di dời các hàng ghế vào khoảng trống trước sân khấu

Nhiều cơ sở nghĩ rằng bạn sẽ đánh giá căn phòng cao hơn nếu họ sắp xếp bàn ghế trải đều trên toàn bộ không gian. Điều này không đúng. Mọi người không quan tâm có bao nhiêu khoảng trống có

phía sau họ. Họ chỉ quan tâm đến khoảng cách giữa họ và các diễn giả trên sân khấu là bao xa.

Trong nhà hát, chỗ ngồi càng gần sân khấu, diễn viên, nghệ sĩ thì càng đắt tiền hơn. Có lý do cho việc này. Đó là, càng gần diễn giả, khán giả sẽ càng thấy buổi nói chuyện thú vị hơn. Họ cảm nhận được bài diễn thuyết với cường độ cao hơn, vui nhộn hơn, và sẽ hài lòng hơn khi thấy các diễn giả đến gần tiếp cận mình.

Việc các trung tâm hội nghị lắp đặt hàng ghế đầu tiên cách khoảng ba đến sáu mét từ sân khấu là cực kì phổ biến. Tôi gọi đây là mô hình "la hét qua đường phố". Đây là cách tiêu tốn năng lượng vô cùng khi diễn giả muốn tạo liên hệ với hàng khán giả đầu tiên. Việc này là rất khó khăn và không cần thiết.

Nếu bạn đến sớm, bạn có thể yêu cầu nhân viên mang thêm bàn ghế lên phía trước. Tôi thường yêu cầu họ mang khoảng ba hàng bàn ghế từ phía sau để chèn vào khoảng trống trước sân khấu. Tôi muốn mình có thể chạm tay vào khán giả hàng đầu tiên.

Dàn rộng các hàng ghế

Điểm lưu ý cuối cùng, khi thiết lập chỗ ngồi, đó là: các phòng họp tiêu chuẩn, phòng hội nghị khách sạn thường sắp xếp chỗ ngồi trung bình hẹp hơn so với khán giả ngày nay. Vì lý do này, nếu các ghế được lắp đặt bên cạnh nhau, đôi khi là khóa lại với nhau, hầu hết khán giả sẽ bị chèn ép bởi những người quá cân hoặc bên phải hoặc bên trái của họ. Họ sẽ phải ngồi với vai gập về phía trước trong toàn bộ quá trình diễn thuyết của bạn.

Nếu bạn có quyền kiểm soát việc lắp đặt ghế, hãy nhấn mạnh rằng những chiếc ghế nên được lắp lỏng lẻo và có thể chừa khoảng 5cm hoặc hơn giữa mỗi hai ghế. Điều này sẽ đảm bảo rằng các khán giả sẽ được thoải mái hơn, cởi mở hơn với chất lượng bài nói của bạn.

Thật khó để kết nối với những khán giả khi họ cảm thấy bị nghiền nát với nhau trong chiếc ghế quá nhỏ đối với họ, đặc biệt là nếu các hàng đầu tiên còn được thiết lập 6 đến 9 mét từ nơi bạn đang nói. Đó dường như chỉ là những vấn đề nhỏ đối với bạn, nhưng đối với khán giả, đó là những vấn đề hết sức quan trọng để được thoải mái theo dõi buổi hội thảo.

Khi các nhân viên cơ sở bắt đầu phàn nàn về "quy định phòng cháy", hãy chỉ nói với họ rằng bạn đã kiểm tra với các quy định phòng cháy và các cách lắp đặt này đã được chấp thuận. Điều đó sẽ phản đối hiệu quả ý kiến của họ.

Kiểm soát sân khấu

Tầm nhìn là một yếu tố quan trọng trong một cuộc nói chuyện hoặc bài phát biểu ở bất cứ quy mô nào. Quy mô khán giả càng lớn, sân khấu càng phải cao. Đây là quy tắc: Những người ở hàng sau phải có khả năng nhìn thấy nửa trên cơ thể của diễn giả, từ thắt lưng trở lên. Vì vậy, khi lượng khán giả càng lớn và càng có nhiều người ngồi xa sân khấu, sân khấu càng phải cao hơn.

Bạn sẽ nhận thấy rằng trong các nhà hát lớn, sân khấu thường khá cao, thậm chí trên đầu của khán giả ở các hàng đầu tiên. Có một lý do cho việc này. Người ta đến để được độc quyền xem các diễn viên hay nghệ sĩ, đặc biệt là từ eo trở lên.

Một số diễn giả muốn rời sân khấu và đi xung quanh khán giả. Cá nhân tôi nghĩ rằng điều này là dễ thương nhưng không hiệu quả. Tại sao? Bởi vì khi người nói đang đi giữa các thành viên khán giả, 80% hay 90% khán giả không thể nhìn thấy người nói và không có nhìn thấy khuôn mặt của diễn giả. Nó có thể ngay lập tức gây thú vị cho những người xung quanh diễn giả, nhưng phần lớn là gây mất tầm nhìn của hầu hết những người khác.

Điều chỉnh hệ thống âm thanh

Hệ thống âm thanh trong các khách sạn và phòng hội nghị đã được cải thiện đáng kể trong những năm qua. Tuy nhiên, như tôi đã đề cập trong Chương 8, hầu hết các trung tâm cố gắng tiết kiệm tiền bằng cách lắp đặt hệ thống âm thanh giá rẻ vào cuối quá trình xây dựng. Sau đó, họ khuyên rằng các nhà tổ chức hội thảo nên mang các hệ thống âm thanh của riêng họ hoặc thuê hệ thống âm thanh đắt tiền từ chính các khách sạn hoặc cơ sở hội nghị đó. Hệ thống âm thanh hoàn chỉnh, nhờ đó, lại trở thành một nguồn doanh thu lớn cho các trung tâm, nơi bạn tổ chức hội thảo của mình.

Hầu hết các công ty và đơn vị tổ chức hội thảo chuyên nghiệp mà tôi làm việc cùng sẽ thuê và mang theo hệ thống âm thanh của riêng mình. Điều này luôn luôn là một lợi thế, ngay cả khi nó gây tốn kém hơn. Hầu hết những người làm việc trong khách sạn không thực sự quan tâm các hệ thống âm thanh có đủ hay rõ ràng cho các diễn giả hay không. Đó là một điều đáng buồn, nhưng là sự thật.

Microphone không dây

Hệ thống âm thanh tốt nhất được sử dụng ngày nay bao gồm một

dây màu da nhỏ móc trên tai và nối xuống má của bạn. Nó gần như vô hình với khán giả và hoạt động hiệu quả rõ ràng trong việc phát thanh ra toàn bộ phòng.

Micro cài (Micro Cavalier)

Ngày nay, lựa chọn thay thế phổ biến nhất là micro cài, hoặc từ xa hoặc có dây. Một micro cài không dây là tốt nhất. Nó được kẹp trên cà vạt hoặc ve áo của bạn và được nối với một thiết bị khác đặt ở phía sau thắt lưng bạn bằng một sợi dây. Thiết bị này được kết nối với một bộ khuếch đại được điều khiển bởi kỹ thuật viên âm thanh ở bên cạnh hoặc phía sau của căn phòng. Đây là loại microphone cho phép bạn đi bộ xung quanh và vung tay thoải mái. Nó thường được gọi là "microphone tự do".

Loại micro cài thứ hai là micro có dây (microphone Hardwired). Loại microphone này được nối vào hệ thống âm thanh bằng một sợi dây dài. Đây là loại micro không có biến thanh và thường là lựa chọn tuyệt vời cho một cuộc nói chuyện hay hội thảo. Nếu bạn có một sợi dây loại này đủ dài và một microphone, bạn có thể đi bộ xung quanh một cách thoải mái.

Microphone cầm tay

Đây là loại micro lý tưởng nếu bạn đang trình bày một bài giới thiệu, hoặc nếu bạn chỉ đơn giản là đưa ra một vài lời nhận xét. Nếu bạn đang diễn thuyết một bài dài hơn, một micro cầm tay hạn chế khả năng hoạt động của một bàn tay. Nó buộc bạn phải có các cử chỉ với một tay và cản trở biểu cảm tự nhiên của bạn trong thời gian diễn thuyết.

Nếu bạn sử dụng một microphone cầm tay, hãy chắc chắn rằng bạn giữ nó gần với miệng, nhưng dưới cằm của bạn. Bạn không nên để micro che khuất khuôn mặt nếu nhìn từ vị trí khán giả. Luôn luôn cầm nó thấp xuống, hơi dưới cằm, và giữ nó đủ gần để giọng nói của bạn được rõ hơn.

Sử dụng bục phát biểu

Trong nhiều cuộc đàm phán, bạn sẽ được yêu cầu nói sau bục phát biểu. Bục này sẽ có một hoặc hai micro tích hợp sẵn. Bạn cần điều chỉnh micro càng gần miệng càng tốt. Sau đó đứng thẳng và nghiêng về phía trước một chút, nói vào microphone để tất cả mọi người trong khán phòng đều có thể nghe rõ bạn.

Thông thường, người phát biểu thường đứng quá xa microphone

ở bục phát biểu và không nhận thức được rằng tiếng nói của họ không truyền được khắp phòng. Vì vậy, việc hơi ngả về phía trước là rất cần thiết.

Tránh dựa vào bục phát biểu vì trông bạn sẽ rất cẩu thả, thiếu nghiêm túc và có vẻ thiếu chắc chắn về những gì đang nói. Bạn có thể dùng tay để chỉnh giấy hoặc ghi chú, để tay hai bên thân mình hoặc có các cử chỉ làm tăng vẻ tự nhiên để ghi điểm.

Thậm chí, bạn có thể đứng bên cạnh bục phát biểu trong khi nói, chỉ đi ra đằng sau nó để nhìn lướt qua các ghi chú. Khán giả có thể nhìn thấy cơ thể bạn càng nhiều, họ càng thích cuộc nói chuyện của bạn hơn.

Sử dụng đạo cụ và dụng cụ hỗ trợ trực quan

Trong những cuộc nói chuyện kéo dài hơn 60 phút, tôi luôn sử dụng một số loại đạo cụ hình ảnh hay PowerPoint để minh họacác ý chính trong bài thuyết trình, vì 70% khán giả chỉ tiếp thu những gì bạn nói nếu họ có thể nhìn thấy nó. Họ phải nhìn thấy ý tưởng của bạn bằng văn bản.

Công cụ ưa thích của tôi là một máy chiếu. Tôi đứng bên cạnh máy chiếu và viết trên tờ giấy bóng, và chiếu lên một màn hình phía sau. Mỗi lần đưa ra một ý quan trọng, tôi bật máy chiếu lên và viết ý đó ra thật rõ ràng. Tôi để lại đó một vài giây rồi tắt máy chiếu và tiếp tục bài nói. Sau đó, tôi tiếp tục sử dụng phương pháp này để tạo ra những sự minh họa khác bằng cả âm thanh và hình ảnh.

Nhiều người đã chỉ trích tôi vì sử dụng phương pháp minh hoạ cổ điển như vậy trong khi PowerPoint luôn có sẵn. Tuy nhiên, khán giả luôn luôn ngạc nhiên và thấy một bài thuyết trình trực tiếp mà mỗi từ khóa được viết xuống và chiếu lên màn hình thú vị và hiệu quả hơn một bài thuyết trình PowerPoint.

Thất bại bởi PowerPoint

Như tôi đã đề cập, trong giới thuyết trình, mọi người hay sử dụng cụm từ “thất bại bởi PowerPoint”. Lý do là từ khi PowerPoint ra đời, quá nhiều người sử dụng nó như công cụ hỗ trợ bậc nhất cho bài diễn thuyết của mình, và họ đã quên mất việc tận dụng lời nói, tông giọng và ngôn ngữ cơ thể của mình. PowerPoint được gắn với nhiệm vụ gửi gắm thông điệp, nhiệm vụ mà nó không bao giờ đủ khả năng thực hiện.

Nếu bạn sử dụng PowerPoint hoặc bất kỳ hình ảnh minh họa nào, bạn nên sử dụng chúng như những công cụ để giữ sự tập trung của khán giả trên khuôn mặt và bài nói của bạn. Khi tôi sử dụng PowerPoint để minh họa điểm quan trọng với các nhóm khán giả nhỏ, tôi đưa từng dòng chữ một lên màn hình, giải thích và thảo luận nó trước khi đưa lên dòng thứ hai. Không bao giờ bật cả trang lên từ đầu. Tất cả khán giả sẽ có thể đọc và suy nghĩ về các vấn đề khác được hiển thị trên màn hình trong khi bạn đang nói, và họ sẽ không chú ý đến bạn.

Đối mặt với khán giả

Khi bạn sử dụng PowerPoint, hãy chắc chắn có một máy tính xách tay ở phía trước bạn, để bạn có thể xem những gì được chiếu lên màn hình phía sau hay bên cạnh. Không bao giờ được nhìn hoặc nói chuyện mặt đối điện với màn hình. Không bao giờ quay lưng lại với khán giả. Luôn luôn giữ sự giao tiếp bằng mắt với khán giả trong lúc thuyết trình. Khi đã thảo luận xong một vấn đề và muốn xây dựng một luận điểm, nhấn phím "B" để bật màn hình trống và mọi ánh mắt của khán giả sẽ lại dồn vào bạn.

Ghi nhớ quy luật 5 x 5

Hãy nhớ áp dụng quy tắc 5 x 5 khi sử dụng PowerPoint: không bao giờ có nhiều hơn năm dòng trên một slide, và không bao giờ có nhiều hơn năm từ trong mỗi dòng. Ngoài ra, mỗi từ phải định dạng càng lớn càng tốt để lấp đầy các trang. Những khán giả ở hàng ghế sau cùng phải đọc được chữ trên màn hình và dễ dàng tiếp thu những điểm chính trong bài trình bày của bạn.

Hãy nhớ rằng PowerPoint là một công cụ hỗ trợ chứ không phải để truyền tải các thông điệp chính. Nó chỉ đơn thuần là một cách để nhấn mạnh và củng cố các điểm mà bạn đang trình bày, đặc biệt là khi nhắc đến các con số.

Sử dụng bảng lật hoặc bảng trắng

Nếu số lượng khán giả nhỏ, bạn có thể sử dụng bảng lật hoặc bảng trắng. Nhưng không bao giờ được quên việc chú trọng biểu cảm, cử chỉ và lời nói của bạn. Nếu bạn sử dụng một bảng lật, hãy đánh dấu những điểm quan trọng bằng bút chì trên đó. Những điểm đánh dấu là vô hình đối với khán giả, nhưng chúng sẽ cho phép bạn trình bày rõ ràng và mạch lạc như thể bạn đã thuộc nằm lòng.

Khi sử dụng một bảng lật, sau khi bạn trình bày luận điểm của mình và mọi người đã có cơ hội để tiếp thu các chữ, số hoặc hình

minh họa mà bạn viết hoặc vẽ trên bảng, hãy lật sang trang mới để trên bảng một lần nữa là một trang trống. Điều này giúp khán giả tập trung vào bạn.

Một cách khác để sử dụng bảng lật là viết ra những điểm quan trọng trên các trang sau trước. Hãy chắc chắn rằng bạn có một trang trắng để giới thiệu với khán giả trước khi bắt đầu. Khi bạn dùng đến bảng lật, lật tờ trắng ngoài cùng lên và bạn sẽ có những điểm quan trọng trên trang đầu tiên. Khi bạn lật tờ này lên, sẽ có một tờ thứ hai trình bày những điểm chính tiếp theo của bạn.

Nếu sử dụng một tấm bảng trắng, sau khi bạn đã trình bày xong điểm chính của mình, xóa chúng để tấm bảng lại một lần nữa trắng trơn. Nếu không, ánh mắt của khán giả sẽ di chuyển qua lại, như cái cần gạt kính chắn gió giữa bạn và các từ trên bảng.

Kiểm tra đạo cụ cẩn thận

Nếu đang sử dụng PowerPoint hoặc bất kỳ loại thiết bị điện tử nào cho bài nói của mình, bạn cần đến sớm và kiểm tra tất cả mọi thứ trước khi lên sân khấu. Bạn sẽ ngạc nhiên vì các kỹ thuật viên chuyên nghiệp thường xuyên bố trí không chính xác. Bạn sẽ ngạc nhiên khi các hướng dẫn của bạn tuy đơn giản nhưng thường xuyên bị bỏ qua hoặc hiểu lầm. Chỉ có một cách để chắc chắn rằng bài diễn thuyết của bạn sẽ diễn ra suôn sẻ là giám sát việc sắp xếp và tổng duyệt nó trước khi thuyết trình trên sân khấu trước một lượng khán giả đông đảo.

Kiểm soát nhiệt độ phòng

90% những buổi thuyết trình của bạn diễn ra ở những nơi có nhiệt độ phòng sẽ không được điều chỉnh chính xác. Trong một vài trường hợp, phòng hội thảo quá lạnh, nhưng đa số những lần khác lại quá nóng. Lý do là việc điều chỉnh hệ thống điều hòa nhiệt độ sẽ tiêu tốn chi phí của khách sạn hoặc cơ sở hội nghị. Khi họ cho bạn thuê một phòng hội nghị, giá thuê sẽ bao gồm cả chi phí vận hành thiết bị phòng. Vì vậy, các kỹ thuật viên luôn tìm mọi cách để cắt giảm chi phí điện năng sử dụng cho
căn phòng.

Tôi luôn đề cao tầm quan trọng của việc giữ cho căn phòng hội thảo luôn mát lạnh khi mọi người bước chân vào. Tôi đã nhiều lần ngạc nhiên khi nhiều phòng hội nghị luôn từ 27 đến 320C lúc sáu giờ sáng và không có nhân viên nào ở đó để bật hệ thống điều hòa. Nhiều nhà tổ chức hội thảo phải thường xuyên gào thét yêu cầu

sự có mặt của các nhân viên quản lí thiết bị chỉ để bật máy điều hòa!

Đừng tin tưởng nhân viên quản lí thiết bị

Dưới đây là một ví dụ về lý do tại sao bạn cần phải kiểm tra cẩn thận căn phòng hội thảo. Tôi đã tổ chức một buổi hội thảo ở Boca Raton cách đây vài năm. Sau khi la hét, cãi cọ, nài nỉ, và đe dọa, các nhân viên cuối cùng đã bật được điều hòa. Nhiệt độ được duy trì ở khoảng 290C khi khán giả đến. Khi hội thảo bắt đầu, nhiệt độ được hạ xuống khoảng 240C. Tuy nhiên khi tôi lên sân khấu diễn thuyết, tôi có thể nghe thấy rõ tiếng các kỹ thuật viên tắt hệ thống điều hòa. Máy điều hòa trở nên hoàn toàn yên ắng. Nhiệt độ ngay lập tức tăng đến mức chênh lệch hẳn 290C với bên ngoài. Thật không thể tin được!

Nhiệt độ phòng lý tưởng

Nhiệt độ phòng tốt nhất là vào khoảng 200C. Dưới nhiệt độ đó, căn phòng sẽ quá lạnh và trên nhiệt độ đó, bộ não không thể hoạt động tốt nhất. Do đó, bạn sẽ phải nói chuyện, đấu tranh, nài nỉ, và đe dọa các nhân viên khách sạn hoặc trung tâm hội nghị ở khắp mọi nơi để làm cho căn phòng mát mẻ, và để khán giả của bạn cảm thấy thoải mái. Khi bạn tổ chức một phòng họp, đưa một điều khoản vào hợp đồng trong đó xác định nhiệt độ tối đa phải là 200C hay một điều khoản nào đó tương tự như, “Bên thuê có quyền yêu cầu không thanh toán cho căn phòng nếu nhiệt độ duy trì trên 200C nhiều hơn năm phút.”

Một số bạn bè của tôi khi tiến hành các buổi hội thảo trên toàn quốc đã sử dụng điều khoản này và đặt nhiệt kế khắp nơi trong phòng, trên bàn của nhiều khán giả khác nhau. Họ kiểm tra nhiệt kế thường xuyên. Nếu một trong các nhiệt kế trên 200C, họ ngay lập tức gọi điện cho nhân viên khách sạn và chỉ ra điều này. Họ nói với nhân viên rằng khách sạn có nhiều hơn ba phút để điều chỉnh điều hòa. Các khách sạn luôn tiết kiệm được hàng ngàn đô la trong chi phí cơ sở vật chất bằng cách sử dụng thiết bị này. Tất nhiên, các khách sạn đều ghét họ.

Khi trung tâm hội nghị cuối cùng đã đồng ý để duy trì nhiệt độ ở mức 200C, hãy nhớ yêu cầu một điều khoản cuối cùng: “Không thay đổi nhiệt độ này, trừ khi có sự đồng ý từ cá nhân tôi”. Luôn có những khán giả có làn da rất mỏng. Nếu nhiệt độ là 240C và bắt đầu trở nên ngột ngạt đối với hầu hết mọi người, những người này sẽ phàn nàn rằng nhiệt độ này là quá thấp. Những người quá nhạy

cảm sẽ lẻn ra ngoài, tìm một người nhân viên khách sạn, yêu cầu họ tăng nhiệt độ, và sau đó trở lại phòng. Đừng để điều này xảy ra với bạn.

Kết luận

Các phòng họp và sân khấu là những công cụ quan trọng quyết định hiệu quả của buổi diễn thuyết của bạn. Mỗi yếu tố đều có một ảnh hưởng tích cực hoặc tiêu cực đến ấn tượng của khán giả về bạn.

Hãy lên danh sách kiểm tra ánh sáng, dàn dựng, âm thanh và nhiệt độ của riêng bạn. Điểm qua danh sách này tại buổi họp ban tổ chức và đến trung tâm hội nghị sớm để bạn có thể duyệt lại danh sách này một lần nữa với các nhân viên.

Luôn luôn lường trước rằng việc chuẩn bị sẽ có những sai sót nhất định. Khi bạn đã xử lí tất cả các yếu tố vật lý có thể tác động, không một ai nhận thức được điều đó, ngoại trừ chính bản thân bạn. Khán giả sẽ không biết lý do tại sao họ cảm thấy thoải mái ở chỗ ngồi của mình và họ có thể nhìn thấy tất cả mà không bị che lấp tầm mắt. Họ sẽ không biết rằng nhiệt độ đang ở mức thoải mái và các âm thanh được truyền đi rõ ràng. Họ sẽ không biết chính xác lý do tại sao họ có thể theo dõi và thưởng thức bài thuyết trình của bạn rõ ràng từ bất cứ nơi nào trong phòng. Họ sẽ không nhận thức được rõ ràng những điều này, nhưng trong tiềm thức họ sẽ biết ơn, và sau đó họ sẽ khen bạn vì một buổi hội thảo tuyệt vời.

Chương 11

KẾT THÚC BÙNG NỔ: HÃY LÀM CHO KHÁN GIẢ NÍN THỞ!

Hãy làm việc với cả trái tim, và bạn sẽ thành công. Đó chẳng qua chỉ là một thách thức rất nhỏ mà thôi.

— ELBERT HUBBARD —

Một buổi hội thảo hay cũng giống như một vở kịch, một bộ phim hoặc một bài hát. Nó bắt đầu bằng cách thu hút sự chú ý của người nghe, phát triển từng tình tiết một và sau cùng là kết thúc để lại ấn tượng sâu sắc.

Những lời bạn nói khi bắt đầu và đặc biệt là vào cuối buổi nói chuyện sẽ được ghi nhớ lâu hơn so với bất kỳ một phần nào khác trong bài diễn thuyết của bạn. Một trong số những bài phát biểu ấn tượng nhất trong lịch sử đã kết thúc với những từ ngữ mạnh mẽ, khuấy động và dễ đi vào tâm trí mọi người.

Ví dụ, trong Thế chiến II, Winston Churchill khuấy động cả dân tộc bằng bài điếu văn tri ân đến các phi công của không quân Hoàng gia, những người đã chiến đấu và hy sinh trong cuộc chiến trên không với không quân Đức: "Chưa bao giờ trong lịch sử loài người lại có quá nhiều người mắc nợ số ít người như vậy". Và đây là một số lời khuyên về cách làm thế nào để tạo ra một kết thúc mạnh mẽ.

Chuẩn bị lời kết thật hoàn hảo

Để đảm bảo rằng lời kết của bạn gửi đến khán giả thông điệp mạnh mẽ nhất, bạn phải chuẩn bị tỉ mỉ từng chữ một. Khi bạn tự

hỏi mình, “Mục đích của bài nói chuyện này là gì?”, câu trả lời của bạn phải đi kèm với hành động mà bạn muốn người nghe thực hiện sau khi nghe bạn diễn thuyết về chủ đề này. Khi bạn hiểu rõ hơn về kết quả cuối cùng mà bạn mong muốn, việc chuẩn bị một kết luận để có thể khuấy động người nghe thực hiện hành động đó trở nên dễ dàng hơn nhiều.

Chiến lược tốt nhất để kết thúc bằng một phát súng là chuẩn bị lời kết trước khi bạn lên kế hoạch cho phần còn lại của bài phát biểu. Sau đó, bạn quay trở lại và chuẩn bị phần mở đầu để nó có thể tạo nền móng cho kết luận của bạn. Phần thân của bài nói chuyện là nơi bạn phát triển các luận điểm và tăng cường tính thuyết phục cho những gì bạn muốn khán giả suy nghĩ, ghi nhớ và thực hiện sau khi nghe bạn nói.

Kết thúc bằng một lời kêu gọi hành động

Nói với khán giả những gì bạn muốn họ làm như một kết quả của buổi hội thảo là việc đặc biệt quan trọng. Một lời kêu gọi hành động là cách tốt nhất để kết thúc bài diễn thuyết đầy nhiệt huyết và thuyết phục. Đây là một ví dụ: “Chúng ta có những thách thức lớn và bên cạnh đó cũng là những cơ hội tuyệt vời, và với sự giúp đỡ của bạn, chúng ta sẽ đối mặt với chúng và làm cho năm tới là năm có kết quả tốt nhất trong lịch sử kinh doanh của chúng ta!”

Khi bạn nói, hãy tưởng tượng có một dấu chấm than ở cuối câu. Khi chuẩn bị đến phần kết, hãy dồn năng lượng và tăng tốc với giọng nói đầy nội lực, nhấn mạnh vào trọng tâm. Đưa ra ý chốt bài. Bất kể khán giả đồng ý với bạn hay sẵn sàng làm những gì bạn yêu cầu, những điều đó phải hoàn toàn rõ ràng với họ.

Tiến gần đến lời kết

Có một công thức đơn giản cho bất kỳ buổi nói chuyện nào: nói với họ bạn sẽ trình bày điều gì. Sau đó trình bày. Và cuối cùnglà tóm tắt lại những gì bạn đã nói. Khi bạn tiếp cận đến điểm cuối của buổi hội thảo, bạn sẽ nói một điều gì đó kiểu như, “Hãy cho tôi một chút thời gian để nhắc lại những điểm chính…”. Sau đó bạn liệt kê luận điểm chính của bạn và cho khán giả thấy làm thế nào để mỗi luận điểm đó liên kết với các luận điểm khác. Khán giả đánh giá cao sự liên kết giữa những gì họ vừa nghe. Điều này giúp họ cảm nhận rõ ràng rằng bạn đang đi đến điểm cuối của buổi hội thảo.

Kết thúc bằng một câu chuyện

Khi đến cuối buổi thuyết trình, bạn có thể nói, "Hãy để tôi kể cho các bạn nghe một câu chuyện minh họa những gì tôi đã nói…". Sau đó bạn kể một câu chuyện ngắn với một ý nghĩa nhất định, và nói với khán giả ý nghĩa của nó là gì. Đừng để cho họ phải tự suy diễn về ý nghĩa của câu chuyện đó.

Thường thì bạn có thể kết thúc với một câu chuyện minh họa luận điểm chính của bạn và sau đó tạo sự liên kết thông điệp quan trọng mà bạn đang trình bày với bài phát biểu của mình. Dưới đây là một ví dụ.

Ngày xửa ngày xưa, có hai người bạn từ phía Đông đã quyết định đi về phía Tây và làm giàu bằng nghề đào vàng. Họ đặt cược tất cả vào một mảnh đất được xem là có hứa hẹn và bắt đầu đào. Trong một năm, họ làm việc chăm chỉ, đào xới mảnh đất này mỗi lúc một sâu hơn, nhưng tất cả những gì họ tìm thấy chỉ là đám sỏi đá vô giá trị. Mệt mỏi và chán nản, họ đã bán mảnh đất hứa hẹn ấy với giá vài đô-la, đóng gói hành lý rồi quay trở về tìm việc làm và bắt đầu cuộc sống mới.

Sau đó, họ biết rằng người mua mảnh đất hứa hẹn của họ đã thuê một kỹ sư khai thác mỏ đến để đánh giá giá trị của mảnh đất. Sau một số nghiên cứu, các kỹ sư kết luận rằng có vàng trong đất nhưng các cuộc thăm dò khác đã đi sai hướng. Ông khẳng định rằng nếu các chủ sở hữu mới đào chỗ khác, họ sẽ tìm thấy vàng.

Chỉ cách hai bước chân từ nơi hai người thăm dò, người thợ mỏ mới đã đào được món hời khổng lồ có thể mang lại hơn 40 triệu đô-la trong vài năm tới. Hai thợ mỏ trẻ đã từ bỏ quá sớm, hầu như là vì họ không có sự hướng dẫn của một kỹ sư khai thác mỏ chuyên nghiệp.

Khi hai người họ biết chuyện đó, họ đã đi đến một quyết định làm thay đổi cuộc sống của họ, và cuối cùng họ trở nên rất thành công. Họ quyết định rằng trong quãng đời còn lại, họ sẽ cố gắng nhiều hơn, đào sâu hơn một chút và thuê dịch vụ tư vấn của các chuyên gia giỏi nhất trong bất kỳ kế hoạch kinh doanh nào mà họ dấn thân vào.

Thưa các vị, việc chúng ta đào vàng là tốt. Tiềm năng của chúng ta là vô hạn. Hãy để tôi chia sẻ kiến thức của chính mình với bạn để chúng ta có thể như một đội, đào sâu hơn, cố gắng hơn nữa và không bao giờ bỏ cuộc cho đến khi chúng ta đạt được thành công.

Kết thúc bằng sự hài hước

Bạn có thể kết thúc bằng sự hài hước. Hãy kể một câu chuyện vui liên quan tới chủ đề của bạn và lặp lại bài học hoặc luận điểm mà bạn đang trình bày.

Trong buổi thuyết trình về việc lên kế hoạch và kiên trì, tôi thảo luận về kẻ thù lớn nhất của chúng ta, đó là khuynh hướng đi theo con đường có ít người phản đối nhất. Sau đó tôi kể câu chuyện này:

Ole và Sven đang đi săn ở Minnesota và bắn được một con nai.

Họ bắt đầu kéo đuôi con nai về phía chiếc xe tải, nhưng họ bị trượt chân và mất cả độ bám lẫn thăng bằng.

Một người nông dân xuất hiện và hỏi, "Các anh đang làm gì đấy?"

Họ trả lời, "Chúng tôi đang kéo con nai về phía chiếc xe".

Người nông dân nói với họ, "Các anh không nên kéo đuôi con nai. Các anh nên kéo nó theo cách mà Thiên Chúa đã an bài. Đó là gạc. Hãy kéo gạc của nó".

Ole và Sven nói, "Cảm ơn ông rất nhiều vì ý kiến này".

Họ bắt đầu kéo gạc con nai. Sau khoảng năm phút, họ di chuyển rất nhanh chóng. Ole nói với Sven, "Sven, người nông dân đã đúng. Kéo nó đi bằng gạc dễ dàng hơn rất nhiều".

Sven trả lời, "Đúng thế Ole ạ, nhưng chúng ta đang đi xa chiếc xe tải dần rồi".

Sau khi khán giả cười nghiêng ngả, tôi nói, "Phần lớn mọi người đang kéo một cách dễ dàng trong cuộc sống của mình, nhưng họ đang đi xa dần "chiếc xe tải" của các tham vọng và mục tiêu thực sự của họ". Sau khi khán giả cười nghiêng ngả, tôi nói, " Phần lớn mọi người đang kéo một cách dễ dàng trong cuộc sống của mình, nhưng họ đang đi xa dần "chiếc xe tải" của các tham vọng và mục tiêu thực sự của họ."

Kết thúc với một bài thơ

Bạn có thể kết thúc với một bài thơ. Có rất nhiều bài thơ hay ẩn chứa thông điệp tóm tắt những điểm chính bạn muốn trình bày. Bạn có thể chọn một bài thơ xúc động, kịch tính, hay tình cảm.

Một vài năm trước, tôi đã đọc điếu văn tại lễ tang của một người

bạn thân đã qua đời vì một khối u não. Trong thời niên thiếu của mình, ông là một phi công trong Thế chiến II và ông đã không bao giờ quên những kí ức của mình ở Bắc Phi. Sau khi nói về những đóng góp rất lớn mà ông đã làm cho gia đình, bạn bè, và cộng đồng, tôi đọc bài thơ, "Người phi công" ("The Airman") để kết thúc bài điếu văn, và gợi nhớ đến người phi công đã qua đời: Anh ấy đã rời hẳn khỏi mặt đất để tìm về với Chúa (He broke the bonds of earth and touched the face of God.)

Đó là một cách tuyệt vời để tóm tắt bản chất của cuộc sống và đặc biệt là một người đàn ông tốt, và là cách kết thúc trên nguồn cảm xúc dâng trào của những người tham dự.

Kết thúc bằng cách truyền cảm hứng

Bạn cũng có thể kết thúc buổi nói chuyện với bất kỳ cái gì có khả năng truyền cảm hứng cho mọi người. Nếu bạn tổ chức một buổi nói chuyện để nâng cao tinh thần, hãy nhớ rằng niềm hy vọng là, và luôn luôn là, một tôn giáo chính của nhân loại. Mọi người thích được khuyến khích và truyền cảm hứng để đạt được hoặc làm được điều gì đó khác biệt và có ích hơn trong tương lai.

Hãy nhớ rằng, đa số khán giả của bạn đều đang đối phó với những vấn đề, những khó khăn, thách thức, thất vọng hay thất bại. Vì lý do này, mọi người đánh giá cao một câu chuyện hay bài thơ khuyến khích, mang lại cho họ sức mạnh và sự can đảm.

Trong nhiều năm, tôi đã kết thúc hội thảo với bài thơ "Đừng bỏ cuộc" hoặc "Hãy kiên trì" của Robert W. Service. Và chúng luôn luôn được khán giả đón nhận hết mình.

Khi bạn kể một câu chuyện hoặc đọc một bài thơ, bạn hãy hóa thân thành một diễn viên. Bạn phải nói chậm lại, thêm cảm xúc và kịch tính vào trong lời nói của mình. Thực hành tất cả các kỹ thuật được hướng dẫn trong cuốn sách này. Cất cao giọng đọc với những đoạn cao trào của bài thơ, và sau đó thả rơi nó khi bạn đang kể những câu chuyện cảm động. Đôi khi tăng tốc trong lúc bạn kể những câu chuyện hay bài thơ, nhưng hãy nhớ đọc chậm lại khi đến những phần đáng nhớ nhất.

Đặc biệt, hãy tăng gấp đôi quãng nghỉ so với số lượng mà bạn thường áp dụng trong một cuộc trò chuyện. Sử dụng tạm dừng "kịch tính" trước hoặc sau một phần quan trọng. Sử dụng tạm dừng "kết thúc câu" ở cuối dòng để cho phép khán giả tiêu hóa những lời bạn vừa nói và bắt kịp với bạn.

Hãy mỉm cười nếu câu chuyện gây cười, và hãy tỏ ra nghiêm túc nếu câu chuyện đến hồi xúc động.

Khi kết thúc buổi nói chuyện, hãy cất cao giọng nói của bạn, như thể bạn đặt các "dấu chấm than" ở cuối câu nói của mình.

Làm rõ đoạn kết buổi nói chuyện

Những lời cuối phải rõ ràng để mọi người hiểu rằng bạn đã kết thúc buổi nói chuyện. Không nên gây ra sự mập mờ hoặc nhầm lẫn trong tâm trí của khán giả. Các khán giả phải được biết rằng đâu là đoạn kết của buổi nói chuyện.

Nhiều người chỉ để cuộc nói chuyện lắng xuống. Họ nói điều gì đó giống như, "Vâng, điều này đã có thể bao quát được vấn đề. Cảm ơn các bạn". Đây không phải là một ý tưởng tốt. Đó không phải là một lời kết mạnh mẽ, có quyền lực, và do đó làm giảm đi uy tín và ảnh hưởng của bạn.

Khi bạn kết luận, hãy đứng nghiêm tại chỗ. Chọn một khuôn mặt thân thiện trong khán giả và nhìn thẳng vào người đó. Nếu có thể, hãy mỉm cười với người đó để ra hiệu rằng bài phát biểu của mình đã đến hồi kết thúc.

Chống lại sự cám dỗ của việc thu dọn giấy tờ hay tỏ vẻ bồn chồn về quần áo hoặc microphone của bạn, di chuyển về phíatrước hoặc phía sau, hoặc đứng nghiêng, hoặc làm bất cứ điều gì khác, ngoại trừ đứng nghiêm giống như khi chào cờ.

Hãy khiến khán giả tán thưởng

Khi bạn đã hoàn thành bài phát biểu của mình, khán giả sẽ muốn hoan nghênh. Một tín hiệu rõ ràng rằng bây giờ là thời điểm để bắt đầu vỗ tay là những gì họ cần từ bạn.

Một số người sẽ nhận ra lời phát biểu kết thúc của bạn sớm hơn nhiều người khác. Trong nhiều trường hợp, khi bạn trình bày xong lời kết của mình và ngừng nói, khán giả sẽ hoàn toàn im lặng. Họ không chắc chắn là bạn đã kết thúc hay chưa. Họ có thể đang suy nghĩ về những phát biểu cuối cùng của bạn. Họ không biết phải làm gì cho đến khi ai đó làm điều gì đó trước.

Trong một vài giây, mà thường bạn sẽ thấy dài như một vài phút, mọi người sẽ hoan nghênh. Một vài người đầu tiên, một vài sau đó, và cuối cùng là toàn bộ khán giả sẽ bắt đầu vỗ tay. Khi một người nào đó bắt đầu vỗ tay, bạn hãy nhìn thẳng vào người đó,

mỉm cười và nói thầm "Cảm ơn bạn".

Khi ngày càng có nhiều người hoan nghênh, đưa ánh mắt từ người này sang người khác, hãy gật đầu, mỉm cười, và lặp lại, "Cảm ơn bạn". Cuối cùng, toàn bộ căn phòng sẽ vỗ tay.

Sự hoan nghênh nhiệt liệt

Nếu bạn có di chuyển khi phát biểu trong buổi nói chuyện và thực sự kết nối với khán giả, một người nào đó sẽ đứng lên và vỗ tay. Khi điều này xảy ra, khuyến khích những người khác bằng cách nhìn thẳng vào người đứng dậy tán thưởng và nói: "Cảm ơn bạn!" Điều này sẽ thường nhắc các khán giả khác đứng lên cùng. Khi mọi người nhìn thấy người khác đang đứng, họ sẽ đứng lên cùng vỗ tay tán thưởng.

Việc diễn giả kết thúc bài nói và đứng im lặng, toàn bộ khán giả cũng ngồi im lặng không phải là không phổ biến. Nhưng như diễn giả đứng trên sân khấu một cách thoải mái, chờ đợi cho khán giả nhận ra cuộc nói chuyện kết thúc, từng người một sẽ bắt đầu vỗ tay và thường đứng lên từng người một.

Nếu một trong số khán giả hàng đầu tiên ở phía trước bạn đứng lên vỗ tay, hãy bước hoặc nghiêng về phía trước và bắt tay của người ấy. Bằng cách nào đó, khi bạn bắt tay với một người trong khán giả, nhiều người khác trong khán giả cảm thấy rằng bạn cũng đang bắt tay và cảm ơn họ. Sau đó, họ sẽ đứng lên và vỗ tay. Chẳng bao lâu cả căn phòng sẽ cùng đứng và vỗ tay tán thưởng bạn.

Cho dù bạn nhận được hoan nghênh nhiệt liệt hay không, nếu người dẫn chương trình trở lại sân khấu để cảm ơn bạn thay mặt khán giả, hãy mỉm cười và bắt tay họ nồng nhiệt. Nếu phù hợp, ôm cảm ơn người dẫn chương trình, vẫy tay chào một cách thân thiện với khán giả, và sau đó di chuyển sang hai bên cánh gà và nhường sân khấu lại cho người dẫn chương trình.

Sức mạnh của giao tiếp hiệu quả

Khả năng nói chuyện một cách hiệu quả trong mọi tình huống kinh doanh và xã hội có thể ảnh hưởng tích cực đến cuộc sống của bạn. Nó có thể mang lại cho bạn sự chú ý của những người có thể giúp đỡ và mở rộng cánh cửa thành công cho bạn. Nó có thể giúp bạn có được công việc tốt hơn và thăng tiến nhanh hơn.

Hầu hết trong mọi trường hợp, khả năng thuyết trình hiệu quả, cả

với các nhóm nhỏ và lớn, sẽ làm tăng cảm giác tự hào cá nhân và lòng tự trọng của riêng bạn. Khi bạn biết mình có thể tạo ảnh hưởng và thuyết phục người khác bằng nhiều cách khác nhau, bạn sẽ có một ý thức rất lớn về sức mạnh và quyền lực cá nhân.

Và tin tốt nhất là những kỹ năng này có thể nắm bắt bằng cách thực hành và lặp đi lặp lại. Không có giới hạn cho kỹ năng thuyết trình!

Kết luận

Lời kết trong cuộc nói chuyện có thể có một tác động tích cực đến khán giả của bạn. Cân nhắc cẩn thận để lời nói của bạn có thể làm khán giả suy nghĩ, cảm nhận và hành động khác so với khi họ không nhận được ảnh hưởng từ bạn. Đôi khi bạn có thể thay đổi cuộc sống của họ.

Chương 12

CÁCH TẠO BÀI THUYẾT TRÌNH BÁN HÀNG ĐẦY THUYẾT PHỤC

Sẽ không có điều gì xảy ra cho đến khi ai đó bán đươc hàng.

— RED MOTLEY —

Tất cả mọi người đều đang bán hàng. Câu hỏi là công việc ấy hiệu quả đến mức nào. Hầu hết mọi người đều sợ bán hàng vì khả năng bị từ chối và thất bại khi cố gắng thuyết phục một người nào đó mua hàng khá cao. Kết quả là, hầu hết mọi người đều sợ công việc bán hàng.

Như tôi đã đề cập trong Chương 3, mọi người sợ thất bại và sợ bị từ chối. Bởi vì những nỗi sợ này đôi khi hiện ra một cách mơ hồ trong suy nghĩ và cảm xúc của đa số chúng ta nên chúng ta luôn cố gắng sắp xếp cuộc sống của mình theo hướng tránh bị thất bại hoặc bị từ chối.

Người ta chọn các mối quan hệ nào có khả năng được chấp nhận cao. Người ta lựa chọn việc làm ở nơi có khả năng bị từ chối thấp. Mọi người lựa chọn các mối quan hệ xã hội của mình và chỉ kết giao với những người chấp nhận họ theo cách riêng họ muốn.

Thuyết phục là chìa khóa

Tuy nhiên, tất cả mọi người đều đang rao bán theo một cách nào đó. Tất cả mọi người đều cố gắng thuyết phục người khác làm theo quan điểm của mình. Thậm chí nếu chỉ là thuyết phục vợ hoặc chồng bạn cùng bạn ra ngoài ăn tối tại một nhà hàng nào đó, hoặc yêu cầu con cái bạn đi ngủ, tất cả mọi người đều đang bán hàng.

Tất nhiên, người ta không nhận ra điều đó. Ví dụ, một lần tôi có buổi thảo luận với một phòng toàn những người làm kế toán cao cấp của một công ty quốc tế lớn. Công ty kế toán mời tôi vào để nói chuyện về kỹ năng thuyết phục. Tôi bắt đầu bằng câu hỏi, "Có bao nhiêu người ở đây đang bán hàng?"

Cả phòng hoàn toàn im lặng. Một trong những lý do tại sao kế toán viên chọn nghề kế toán là họ sẽ không bao giờ phải bán bất cứ thứ gì cho bất cứ ai, và khả năng bị từ chối là rất thấp. Các ý tưởng về bán hàng không bao giờ đến với họ.

Tôi dừng lại một giây và sau đó nói, "Có lẽ tôi đã không hỏi rõ nghĩa. Có bao nhiêu người ở đây đang thực sự bán hàng?"

Sau một vài giây im lặng, một quan chức cấp cao của tổ chức đã nắm bắt được điều tôi hướng đến. Ông từ từ giơ tay lên và sau đó nhìn xung quanh. Khi các nhân viên kế toán khác thấy quan chức hàng đầu giơ tay, từng người một cũng hiểu ra rằng theo một cách nào đó họ cũng đang bán hàng.

Tất cả mọi người đều phải bán hàng

Sau đó tôi hỏi, "Có bao nhiêu bạn đang ở đây vì có tiềm năng mang lại doanh thu cho công ty? Thu nhập của bạn và khả năng thăng tiến của bạn phụ thuộc như thế nào vào khả năng của bạn trong việc tăng số lượng khách hàng và doanh thu hằng năm của công ty?"

Không chút do dự, tất cả đều giơ tay. "Vì vậy," tôi nói, "mọi người ở đây đều đang bán hàng. Câu hỏi chỉ là, bạn đang bán hàng tốt đến mức nào? Trong những phút tiếp theo, tôi sẽ cung cấp cho các bạn một số ý tưởng có thể giúp bạn có khả năng thuyết phục tốt hơn khi làm việc với các khách hàng doanh nghiệp hay hoài nghi mà có thể bạn đã từng hợp tác trong quá khứ".

Bán năng lực và ý tưởng của chính bạn

Nói chuyện với công chúng cũng là một hình thức bán hàng, và các nguyên tắc được áp dụng để thuyết phục khi bán hàng cũng gần giống các nguyên tắc tương tự áp dụng khi nói trước đám đông. Sau cùng, khán giả càng yêu thích và tin tưởng bạn, nỗi sợ hãi của họ về việc chấp nhận thông điệp của bạn sẽ càng thấp. Họ càng tin tưởng bạn, họ càng cởi mở hơn để tiếp nhận ảnh hưởng từ bạn. Khi họ hoàn toàn tin tưởng bạn, họ sẽ làm theo bất kỳ đề xuất nào mà bạn đưa ra. Giống như bán hàng, mục đích nói chuyện với bất kỳ ai hay bất kỳ nhóm nào là để thuyết phục mọi

người suy nghĩ và hành động khác biệt so với những gì họ sẽ làm khi không có các ảnh hưởng từ bạn.

Bạn luôn luôn có một trong hai sự lựa chọn: bạn có thể thuyết phục và gây ảnh hưởng, hoặc bạn có thể bị điều khiển và thụ động. Bạn có thể khiến mọi người hợp tác với bạn, hoặc bạn có thể đi cùng và hợp tác với họ. Sự lựa chọn là ở bạn. Tin vui là thuyết phục là một kỹ năng có thể học được. Tất cả những nhân viên bán hàng hàng đầu hiện nay đều từng là những nhân viên bán hàng kém cỏi. Nhiều người trong số 10% top đầu nhân viên mang lại doanh số bán hàng ngày nay bắt đầu ở 10% top dưới cùng. Với nỗ lực thực hành và rèn luyện, bạn cũng có thể học các kỹ năng bán hàng, thuyết phục, giao tiếp và tác động một cách hiệu quả. Tất cả các kỹ năng bán hàng đều có thể cải thiện.

Giảm bớt lo ngại của khách hàng, tăng cường hiệu quả thuyết phục của bạn

Như tôi đề cập trước đó, tất cả mọi người đều sợ bị thao túng hoặc bị lợi dụng. Không ai muốn bị thuyết phục mua thứ mà họ không muốn, không có nhu cầu, không thể sử dụng hoặc không có khả năng. Không ai muốn bị thuyết phục làm điều mà họ sẽ hối tiếc. Vì vậy, bất cứ khi nào bạn tiếp cận một khách hàng tiềm năng của sản phẩm, dịch vụ hay ý tưởng của bạn, họ trở nên thận trọng, nghi ngờ vì những kinh nghiệm trong quá khứ. Việc khơi lên sự lo ngại trong họ là một điều sai lầm. Việc đầu tiên của bạn trong quá trình bán hàng là phải giảm bớt nỗi sợ hãi đó và thay thế nó bằng sự tự tin.

Thỉnh thoảng tôi hỏi khán giả, "Từ quan trọng nhất trong bán hàng và trong đời sống xã hội là gì? Chỉ một từ đó có thể xác định số lượng hàng bạn bán được, tốc độ bán, doanh thu bạn kiếm được, tiêu chuẩn sống của bạn, phong cách sống của bạn và hầu như tất cả mọi thứ bạn đạt được trong công việc và trong xã hội. Đó là gì?"

Hầu như lúc nào trong khán phòng cũng có một sự im lặng kéo dài. Sau đó, tôi cho họ câu trả lời: "Sự tin cậy". Từ quan trọng nhất để thành công trong vấn đề xã hội, nói chuyện, bán hàng, kinh doanh là uy tín. Mọi người càng tin tưởng bạn, họ càng cởi mở hơn để cho bạn thuyết phục.

Tất cả mọi thứ đều ảnh hưởng đến uy tín của bạn

Hãy tưởng tượng có một cái bập bênh. Khi bạn gặp khách hàng

lần đầu tiên, một đầu bập bênh rất cao, đầu này thể hiện sự lo ngại của khách hàng là sẽ phạm phải một sai lầm nếu giao dịch với bạn. Đầu kia là cấp độ uy tín của bạn lúc bắt đầu.

Tất cả mọi thứ bạn làm từ những phút đầu tiên khi tiếp xúc, nói chuyện qua điện thoại, email, hoặc trực tiếp đều ảnh hưởng đến sự cân bằng này. Nó sẽ làm tăng thêm hoặc giảm bớt sự tin cậy của khách hàng ở bạn. Tất cả mọi thứ!

Cách bạn nói chuyện, đi đứng, phát biểu, ăn mặc, bắt tay và tương tác với các khách hàng tiềm năng sẽ luôn ảnh hưởng tới uy tín của bạn. Khi một giao dịch bán hàng diễn ra, để làm cho khách hàng tiềm năng chấp nhận đề nghị của bạn, nỗi lo ngại của họ phải được giảm bớt và sự tín nhiệm của bạn phải tăng lên đến mức họ có thể hoàn toàn tự tin thỏa thuận với bạn.

Bảy bước để bán hàng hiệu quả

Quy trình bán hàng cho một người hay một nhóm người gồm bảy bước. Khi bạn tranh luận để đạt mục đích trong một tình huống bán hàng, cũng giống như khi bạn nói chuyện với khán giả, bạn phải tiến hành bảy bước suy nghĩ logic trong đầu. Nếu bạn bỏ qua bất kỳ một bước nào trong số đó, nỗ lực bán hàng hoặc thuyết phục của bạn sẽ thất bại.

(1) Khảo sát

Bước đầu tiên trong việc bán hàng là khảo sát - tìm kiếm những người có thể, sẽ mua sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn trong một khoảng thời gian thích hợp. Khảo sát bắt đầu với việc xác định chính xác ai là khách hàng tiềm năng của bạn. Tuổi tác, nghề nghiệp, giáo dục, vị trí và kinh nghiệm trước đó của họ và xác định bạn đang bán những gì.

Các công ty lớn thường bỏ rất nhiều chi phí vào khâu nghiên cứu thị trường hàng năm để xác định chính xác những người có khả năng mua sản phẩm hoặc dịch vụ của họ. Trước khi bán hàng hoặc nói chuyện, bạn phải có ý niệm hoàn toàn rõ ràng về đối tượng bạn đang cố gắng thuyết phục.

Bốn điều kiện xác định khách hàng tiềm năng

Như với khán giả, hay dưới bất kỳ hình thức nào khác, luôn có bốn điều kiện để một khách hàng tiềm năng phải thỏa mãn trước khi người đó cởi mở với đề nghị bán hàng của bạn.

Đầu tiên, chắc chắn mỗi khách hàng tiềm năng đều có một nỗi đau không được xoa dịu trong thời gian nhất định. Họ luôn có"cảm giác không hài lòng", hoặc có "chỗ không thoải mái" gây phiền não hay làm họ không hạnh phúc. Trước khi bắt đầu bán hàng, bạn nên xác định chính xác những cảm giác không hài lòng mà sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn có thể giúp người đó giảm bớt.

Thứ hai, một khách hàng triển vọng là người có vấn đề chưa được giải quyết. Đôi khi, vấn đề này là rõ ràng đối với họ. Đôi khi họ cũng không nhận thức được điều này. Và trong một số trường hợp, vấn đề có thể không tồn tại. Nhưng trong mọi trường hợp, bạn phải xác định các vấn đề mà sản phẩm hay dịch vụ của bạn có thể giải quyết một cách hiệu quả nhất.

Thứ ba, các khách hàng tiềm năng có một nhu cầu chưa được đáp ứng. Họ muốn sản phẩm của bạn cải thiện cuộc sống hiện tại của họ. Sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn đáp ứng được những nhu cầu nào?

Thứ tư, một khách hàng tiềm năng là một người đã có một mục tiêu vẫn chưa đạt được. Công việc của bạn là xác định những mục tiêu mà sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn cho phép khách hàng đó đạt được một cách kịp thời và tiết kiệm chi phí.

Khách hàng triển vọng và những người hay hoài nghi

Trong lúc thuyết trình để bán hàng, điều đầu tiên bạn phải làm là phân tách khách hàng tiềm năng từ những người hay hoài nghi. Bạn cần phải đặt câu hỏi để xác định vấn đề, nhu cầu hoặc mục tiêu của khách hàng tiềm năng mà sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn có thể giúp họ đạt được. Quy tắc là "Không cầu, không bán".

Nhưng ngay cả trong những tình huống thuyết trình không mang tính bán hàng (tức là các cuộc họp kinh doanh, hội thảo công ty, thuyết trình hội nghị), bài nói của bạn cần phải giải quyết được một hoặc nhiều phần trong bốn vấn đề lớn và chỉ ra rằng câu trả lời hay giải pháp của bạn sẽ được đề cập trong bài phát biểu sắp tới.

Phát biểu vấn đề rõ ràng từ lúc bắt đầu

Một trong những cách phổ biến nhất để mở đầu buổi nói chuyện với mục tiêu hướng hành động của họ đến sản phẩm, dịch vụ, hoặc làm theo kinh nghiệm của bạn sẽ giống như ví dụ sau:

Theo nghiên cứu của các hãng bảo hiểm, ngày nay cứ 100 người

đang làm việc, đến năm 65 tuổi, 1% sẽ giàu có, 4% sẽ sung túc, 15% sẽ có tiền để dành, 80% còn lại sẽ chết, phá sản, phụ thuộc vào lương hưu, hay vẫn còn làm việc. Trong những phần tiếp theo của bài nói ngày hôm nay, tôi sẽ cho bạn thấy làm thế nào để bạn có thể là một trong top 5% có cuộc sống đầy đủ để không bao giờ phải lo lắng về tiền bạc nữa.

(2) Thiết lập mối quan hệ và niềm tin

Bạn thường thiết lập mối quan hệ bằng cách hỏi về những gì các khách hàng tiềm năng đang làm trong cuộc sống cá nhân và kinh doanh, và sau đó chăm chú lắng nghe câu trả lời của họ. Bạn thiết lập sự tin tưởng và gây ảnh hưởng bằng cách giải thích về sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn đã từng giúp những người khác trong tình trạng tương tự.

Câu hỏi có tác dụng rất mạnh mẽ trong việc thiết lập mối quan hệ. Bằng cách hỏi mở, chân thành, bạn chứng minh với khách hàng tiềm năng là bạn quan tâm đến những gì họ đang suy nghĩ và tình trạng của họ.

Sự lắng nghe cũng giúp xây dựng lòng tin. Bạn càng chăm chú lắng nghe người khác, họ càng quý mến bạn, tin tưởng bạn và có thể cởi mở để tiếp nhận ảnh hưởng từ bạn.

Người mua thích những gì?

Hiệp hội quản lý hoạt động mua hàng quốc gia được thành lập bởi hàng ngàn nhà quản trị để mua sản phẩm và dịch vụ cho các công ty của họ với giá trị hàng tỷ đô-la, làm một cuộc khảo sát các hội viên mỗi năm. Họ thường hỏi hội viên hai câu hỏi: “Bạn thích nhất điều gì về người bán hàng khi nói chuyện với họ? Bạn không hài lòng về điều gì nhất ở những nhân viên bán hàng?”

Năm này qua năm khác, câu trả lời nhận được đều như nhau. Người mua thường xuyên nói rằng họ thích những người bán hàng biết đặt câu hỏi thông minh, lắng nghe câu trả lời của họ và cố gắng giúp họ thực hiện các quyết định mua hàng đúng đắn. Dưới đây là một câu trả lời tiêu biểu cho những gì người mua cho biết về điều không hài lòng nhất về nhân viên bán hàng qua thời gian dài: “Các nhân viên bán hàng tồi tệ nhất chỉ nói về sản phẩm và dịch vụ của họ, không bao giờ hỏi tôi bất kỳ câu hỏi nào và chẳng buồn lắng nghe khi tôi cố gắng nói với họ những gì tôi cần”.

Lắng nghe khách hàng tiềm năng của bạn

Việc lắng nghe làm xua tan sự mất lòng tin và nghi ngờ, làm giảm nỗi lo ngại của người hoặc nhóm người bạn đang nói chuyện cùng, và làm tăng uy tín của bạn. Khi bạn trở thành một người biết lắng nghe, mọi người sẽ quý mến bạn, tin tưởng bạn, và mở rộng lòng để bạn thuyết phục họ mua sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn.

Chỉ nói không thôi thì không thể bán được hàng. Sự ba hoa về sản phẩm chỉ chứng minh bạn có một chút kỹ năng bán hàng. Nhưng bạn phải thực sự thông minh để có thể nắm bắt một tính năng hay lợi ích của sản phẩm mà người mua cần và truyền tải nó như một câu hỏi làm cho khách hàng phải suy nghĩ về sản phẩm của bạn và về câu trả lời cho đề nghị của bạn.

Chuyển đổi câu khẳng định thành câu hỏi

Thay vì nói, "Chiếc máy photocopy này tạo ra số lượng bản sao đáng kinh ngạc là 32 bản mỗi phút". bạn có thể nói, "Bạn có biết một máy photocopy trung bình có thể sản xuất bao nhiêu bản sao trong một phút không? Có thể bạn sẽ rất ngạc nhiên khi biết rằng con số đó là chỉ 18 bản. Nhưng chiếc máy này, nhờ việc phát triển và áp dụng các công nghệ tiên tiến, nó có thể tạo ra đến 32 bản sao mỗi phút". Khi bạn trình bày một đoạn thông tin sau khi hỏi một câu hỏi, thông tin trở nên thuyết phục hơn rất nhiều so với khi bạn chỉ giới thiệu bằng những câu khẳng định.

Tập trung vào các mối quan hệ

Theodore Leavitt của Trường Kinh doanh Harvard đã từng nói, "Tất cả các giao dịch bán hàng trong thế kỷ XXI sẽ bắt đầu từ mối quan hệ". Điều này có nghĩa là chất lượng của các mối quan hệ mà bạn thiết lập với khách hàng hoặc đối tượng mua hàng là yếu tố quan trọng nhất trong việc xác định tầm ảnh hưởng và sức thuyết phục của bạn khi bán hàng.

Đó là bởi vì cảm xúc có thể bóp méo giá trị. Mọi người càng yêu mến và tin tưởng bạn, họ càng nhận thấy sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn có hiệu quả tốt hơn. Khi họ thích bạn, họ cảm thấy những gì bạn đang bán có chất lượng cao hơn và có giá trị hơn. Họ tbỏ qua các vấn đề hoặc thiếu sót nhỏ trong sản phẩm của bạn dễ dàng hơn so với các đối thủ cạnh tranh khác. Càng thích bạn, họ càng phản ứng tích cực hơn với những gì bạn nói và làm.

(3) Xác định chính xác nhu cầu

Hai bước đầu tiên của quá trình bán hàng là xác định một khách hàng tiềm năng và thiết lập mối quan hệ chân thành và tin cậy sẽ giúp bạn đạt được hiệu quả cao trong việc thuyết phục người mua hàng.

Đừng bao giờ giả định. Mặc dù nhiều khách hàng của bạn có nhu cầu tương tự nhau, nhưng đừng bao giờ giả định rằng một khách hàng khác sẽ có nhu cầu tương tự như những người mà bạn đã nói chuyện cùng.

Phương pháp tiếp cận "Bác sĩ bán hàng"

Thử đặt mình vào vị trí một bác sĩ trong công việc bán hàng của bạn. Nếu bạn đi đến bất cứ phòng khám chuyên khoa nào, các bác sĩ sẽ luôn phải trải qua một quá trình gồm ba bước trong mỗi lần khám.

Bước đầu, các bác sĩ sẽ tiến hành kiểm tra kỹ lưỡng, đầu tiên kiểm tra huyết áp, nhịp tim và nhiệt độ của bạn; sau đó hỏi bạn một loạt các câu hỏi về tình trạng của bạn trong hiện tại và quá khứ.

Chỉ sau khi các bác sĩ đã hoàn thành bước này, họ mới chuyển sang bước hai, thực hiện một chẩn đoán dự kiến. Một bác sĩ tốt sẽ thảo luận về các kết quả kiểm tra và sau đó hỏi bạn rằng các kết quả này có tương ứng với triệu chứng của bạn hay không.

Khi bạn đồng ý với chẩn đoán, các bác sĩ sẽ tiến hành bước ba, đó là kê đơn thuốc hoặc liệu trình điều trị. Nếu một bác sĩ khi gặp bạn đã ngay lập tức đề nghị một đơn thuốc hoặc liệu trình điều trị mà không cần tiến hành một cuộc kiểm tra kỹ lưỡng và chẩn đoán nào, đó sẽ bị coi là sơ suất y tế.

Xác định nhu cầu đầu tiên

Tương tự như vậy, khi bạn gặp một khách hàng tiềm năng hoặc nói chuyện với khán giả và tự cho rằng những gì bạn đang bán là những gì họ muốn và cần trước khi bạn thực hiện một cuộc kiểm tra, bạn đang phạm phải một sơ suất trong bán hàng.

Chỉ sau khi các khách hàng tiềm năng đồng ý rằng họ có một vấn đề muốn và cần giải quyết, một nhu cầu mà họ muốn thỏa mãn, hay một mục tiêu mà họ mong muốn đạt được, bạn mới có thể giới thiệu sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn như sự lựa chọn lý tưởng cho các khách hàng tiềm năng này.

Nếu bạn bắt đầu nói về sản phẩm hoặc dịch vụ của mình trước đó,

bạn sẽ thực sự giết chết bất kỳ sự quan tâm nào các khách hàng tiềm năng có thể có. Họ sẽ mất hứng thú trong việc lắng nghe các đề xuất của bạn.

(4) Thuyết trình

Giai đoạn thứ tư của bán hàng là giới thiệu sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn một cách thuyết phục, rằng đó là sự lựa chọn lý tưởng cho khách hàng, sau khi họ cân nhắc mọi mặt. Sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn không phải là hoàn hảo. Nó chỉ đơn giản là sự lựa chọn tốt nhất vào lúc này để cho phép khách hàng giải quyết các vấn đề và đạt được mục tiêu của họ.

Một bài thuyết trình tốt nên nhắc lại các thông tin bạn phát hiện trong bước xác định nhu cầu và sau đó cho thấy triển vọng làm thế nào các vấn đề được giải quyết hay các mục tiêu có thể đạt được với sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn. Bài trình bày không nên được thể hiện như một hành động cố gắng quá mức để thuyết phục khách hàng mà là một hành động cho khách hàng thấy rằng sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn là sự lựa chọn lý tưởng để giải quyết vấn đề hoặc giảm bớt sự lo lắng của họ.

Trong bài thuyết trình, khi bạn trình bày từng tính năng và lợi ích của giải pháp mà bạn đưa ra, hãy hỏi khách hàng liệu giải pháp có hiệu quả với họ hay không. Nhân viên bán hàng tốt sẽ xin phản hồi ở mọi giai đoạn của bài trình bày. Nhân viên kém chỉ nói về các tính năng và lợi ích của họ xuyên suốt các bài trình bày, và cuối cùng họ nói, “Bạn nghĩ sao về giải pháp này?”

Nếu không cung cấp cho khách hàng đủ thời gian để xử lý các thông tin mà bạn trình bày, họ sẽ không có sự lựa chọn và sẽ nói một cái gì đó giống như, “Vâng, nó có vẻ khá tốt, hãy để tôi nghĩ thêm về nó”. Họ vẫn chưa bị thuyết phục. Câu “Tôi muốn suy nghĩ thêm về nó” hoặc “Hãy để tôi nghĩ về nó” được khách hàng nói thay cho: “Tạm biệt và không bao giờ gặp lại”.

Mọi người không nghĩ về nó nữa. Đây chỉ là cách nói tránh, “Anh nói nhanh như máy, tôi chẳng thấy có lý do gì để phải mua sản phẩm này cả. Cảm ơn vì đã giới thiệu”.

(5) Phản bác khách hàng

Giai đoạn thứ năm của bán hàng chuyên nghiệp là trả lời các câu hỏi của khách hàng tiềm năng, quan tâm hoặc phản đối. Không có việc bán hàng nào mà không phải phản bác. Do khách hàng tiềm năng đã có nhiều kinh nghiệm trong quá khứ, họ hầu như luôn

hỏi bạn một loạt các câu hỏi về giá cả, các điều khoản, điều kiện, chất lượng, sản phẩm cạnh tranh, sự phù hợp và tiện ích của sản phẩm.

Các nhân viên bán hàng được trả lương cao nhất, theo kinh nghiệm của tôi, là những người đã suy nghĩ cách phản bác hợp lý cho từng câu hỏi mà khách hàng có thể đặt ra và chuẩn bị một câu trả lời rõ ràng và thuyết phục. Khi khách hàng nêu lên ý kiến riêng, các nhân viên bán hàng thừa nhận sự phản bác hay khen ngợi của khách hàng và sau đó giải thích làm thế nào các vấn đề đó dễ dàng được giải quyết và tại sao nó không phải là lý do để không thực hiện quyết định mua hàng.

Nhân viên bán hàng kém, mặt khác, luôn tránh việc phản bác. Khi bị phản đối, họ thường trở nên buồn bã hoặc tức giận và không chắc chắn làm thế nào để đáp ứng. Kết quả là, họ thất bại trong mọi lần bán hàng.

(6) Kết thúc quy trình bán hàng

Phần thứ sáu là kết thúc bán hàng và khách hàng quyết định mua vào lúc này.

Trong môn golf, người ta nói rằng: đánh bóng chỉ để trình diễn, quan trọng là bóng phải vào lỗ. Tất cả mọi thứ bạn làm trong việc bán hàng cũng chỉ như đánh bóng trên sân golf. Thành công cuối cùng của bạn chủ yếu sẽ được quyết định dựa trên khả năng giúp khách hàng vượt qua bất kỳ sự do dự hay nghi ngờ nào và chắc chắn đưa ra quyết định mua hàng.

Các gợi ý để kết thúc việc bán hàng

Có lẽ cách đơn giản nhất để khép lại bất kỳ quy trình bán hàng nào là hỏi, “Bạn còn câu hỏi hoặc vấn đề quan tâm nào mà tôi chưa giải đáp không?” Khi các khách hàng tiềm năng nói, “Không”, bạn có thể kết thúc bằng việc gợi ra quyết định mua hàng: “Vậy thì tại sao bạn không thử dùng nó?”

Nếu bạn đlà nhà cung cấp dịch vụ, hãy nói, “Vậy thì tại sao bạn không cho chúng tôi thử phục vụ bạn một lần”. Nếu bạn đang bán một sản phẩm đắt giá như một chiếc xe hơi, đồ nội thất, hoặc thậm chí một căn nhà, trước tiên hãy hỏi, “Bạn thích nó đến mức nào?” Khi khách hàng nói, “Nó trông có vẻ khá tốt”, bạn hãy nói, “Vậy thì tại sao bạn không chọn nó?”, hoặc “Tại sao bạn không mua nó?”

Các gợi ý kết thúc là cách đơn giản nhất để khép lại quy trình bán hàng và cực kỳ hiệu quả khi các khách hàng tiềm năng tin rằng họ sẽ có được những lợi ích mà họ muốn nhận được từ những gì bạn đang bán.

Hướng dẫn kết thúc

Một kỹ thuật đóng lại quy trình bán hàng là hướng dẫn kết thúc. Với các cách này, bạn lại hỏi: "Bạn có bất kỳ câu hỏi hoặc quan tâm mà tôi đã không phản hồi không?"

Khi khách hàng nói "Không" bạn làm như thể khách hàng đã nói "Có" và sau đó nói, "Vâng sau đó, bước tiếp theo là..." Và bạn mô tả các kế hoạch hành động để mua và sở hữu sản phẩm hoặc dịch vụ mà bạn đang bán. Ví dụ, bạn có thể nói, "Vậy thì, bước tiếp theo là tôi sẽ cần chữ ký của bạn trên hai văn bản này và 2.995 $. Tôi sẽ chuyển hồ sơ đến văn phòng, hoàn thành đơn hàng, thiết lập tài khoản, và chúng tôi sẽ cung cấp nó buổi chiều thứ tư tới. Bạn thấy điều đó thế nào?"

Sức mạnh của các hướng dẫn kết thúc là bạn nên giữ thế chủ động và duy trì kiểm soát các cuộc trò chuyện. Bạn kết thúc việc bán hàng hoặc giao dịch.

Kết thúc là một nghệ thuật có thể học hỏi

Trong bán hàng, nhiều người thực sự thành thạo năm giai đoạn đầu tiên của bán hàng và sau đó, lúc yêu cầu khách hàng đưa ra quyết định mua, họ sợ hãi giống như một con nai bị bắt trước đèn pha. Họ đóng băng. Nhịp tim của họ tăng.

Họ trở nên lo lắng và run rẩy. Họ run sợ khả năng bị từ chối đi cùng với việc yêu cầu khách hàng mua sản phẩm hoặc dịch vụ của họ. Nhưng điều này không phải dành cho bạn. Công việc của bạn là tìm hiểu làm thế nào để khép lại việc bán hàng và sau đó thực hành nhiều lần, cho đến khi bạn có thể đưa ra yêu cầu suôn sẻ, hiệu quả, và bình tĩnh trong mọi tình huống.

Yêu cầu các quyết định mua hàng

Vài năm trước đây, khi bán thẻ giảm giá ở nhà hàng, tôi luôn nhiệt tình trình bày về sản phẩm tới hết văn phòng này đến văn phòng khác. Nhưng đến lúc yêu cầu các quyết định, tôi gần như đứng hình, rồi ấp úng: "Vâng, bạn sẽ làm gì?" Hầu như tất cả các khách hàng đều nói cùng một câu: "Vâng, có vẻ khá tốt. Hãy để tôi suy nghĩ thêm về nó. Hãy gọi lại cho tôi". Sau một vài tuần, có rất

nhiều người trên thành phố cùng suy nghĩ về sản phẩm của tôi.

Nhưng điện thoại không bao giờ rung chuông. Một lần nữa, tôi sớm nhận ra rằng những lời 'cho tôi nghĩ thêm về nó' hay 'tại sao bạn không gọi lại cho tôi' được khách hàng nói thay cho lời tạm biệt.

Một ngày nọ, tôi nhận ra tình cảnh của mình. Tôi nhận ra rằng vấn đề không nằm ở sản phẩm của tôi hay khách hàng. Vấn đề là ở mình. Sáng hôm sau, tôi bước vào văn phòng của một khách hàng tiềm năng và trình bày về sản phẩm. Anh ta gật đầu, mỉm cười và nói: "Vâng, nó có vẻ khá tốt. Tôi sẽ nghĩ thêm về nó. Tại sao bạn không gọi lại cho tôi?"

Tôi dùng hết can đảm nói: "Tôi sẽ không gọi lại đâu". Anh ta nhìn tôi bằng ánh mắt ngạc nhiên và nói: "Anh nói gì?"

Tôi lặp lại, "Tôi sẽ không gọi lại đâu. Anh đã biết tất cả những gì cần thiết để đưa ra quyết định mua ngay bây giờ. Tại sao anh không quyết định?"

Sau đó, anh ta nói những lời kỳ diệu làm thay đổi sự nghiệp bán hàng của tôi, "Vậy thì, nếu anh không gọi lại, tôi sẽ quyết ngay bây giờ". Anh ta đã ký hợp đồng đặt hàng và giao tiền cho tôi. Tôi bước ra khỏi văn phòng mà cảm giác như đi trên chín tầng mây.

Tôi ngay lập tức bước vào văn phòng bên cạnh và giới thiệu sản phẩm của mình, và khi các khách hàng tiềm năng nói, "Nó trông khá tốt, tại sao bạn không gọi lại cho tôi sau?", tôi lại nói những điều tương tự. "Tôi sẽ không gọi lại đâu. Anh đã biết tất cả những gì cần thiết để đưa ra quyết định mua ngay bây giờ. Tại sao anh không quyết định?"

Ông ta đã quyết định mua, và các khách hàng tiếp theo cũng quyết định tương tự. Kể từ lúc đó, tôi gần như bán được hàngcho tất cả mọi người mà tôi giới thiệu. Số lượng hàng hóa tôi bán trong một ngày giờ đây còn nhiều hơn so với số lượng tôi bán được trong một tuần trước khi bắt đầu yêu cầu các quyết định mua hàng.

Sự từ chối không phải hướng đến cá nhân

Nhìn lại, tôi nhận ra rằng vấn đề nằm ở sự sợ hãi của mình và tôi không có khả năng đặt một câu hỏi kết thúc. Trong nhiều trường hợp, sự sợ hãi bị từ chối có thể trở nên quan trọng đến mức làm bạn thất bại ngay cả với một khách hàng rất tiềm năng.

Một trong những chìa khóa để vượt qua sự từ chối là nhận ra rằng từ chối không hướng đến cá nhân bạn. Nếu mọi người tỏ thái độ tiêu cực với bạn hoặc với những gì bạn đang bán, nó không ảnh hưởng đến bạn dưới tư cách một cá nhân và có thể không ảnh hưởng đến chất lượng của những gì bạn đang bán hoặc chào bán. Bạn cần thuyết phục khách hàng tiềm năng nhiều hơn và phản bác kinh nghiệm họ từng trải qua trong một xã hội thương mại, nơi họ phải chọn giữa bác bỏ các đề nghị thương mại hoặc sẽ bị nhiễu loạn bởi các quyết định mua hàng. Sự từ chối không hướng đến cá nhân.

(7) Khách hàng tiếp tục mua và giới thiệu sản phẩm

Bước thứ bảy trong bán hàng là khiến người tiêu dùng tiếp tục mua sản phẩm của bạn và giới thiệu cho những người khác. Để đạt được mục tiêu này, bạn phải có dịch vụ chăm sóc khách hàng hậu mãi tốt, đặc biệt là ngay lập tức sau khi họ đã thực hiện một quyết định mua hàng.

Ngăn sự hối hận của người mua

Ngay sau khi khách hàng quyết định mua, họ có thể hối hận và thay đổi suy nghĩ của mình. Bạn phải chuẩn bị kỹ lưỡng cho điều này.

Nhân viên bán hàng tốt nhất suy nghĩ rất nhiều đến dịch vụ chăm sóc khách hàng hậu mãi của mình. Họ hoàn toàn xác định rằng khách hàng phải rất hài lòng không chỉ với các sản phẩm, với các dịch vụ và cách sản phẩm được phân phối và cài đặt, mà khách hàng sẽ còn mua lại và giới thiệu với bạn bè của mình.

Việc bán hàng dễ dàng nhất và mang lại lợi nhuận nhiều nhất

Việc bán hàng cho một khách hàng đã hài lòng dễ dàng hơn 10 lần so với việc tạo ra một thương hiệu mới và bán cho ai đó chưa bao giờ mua.

Điều này có nghĩa rằng chỉ mất 1/10 tổng thời gian, tiền bạc, chi phí và nỗ lực để bán sản phẩm tiếp theo so với bắt đầu lại từ đầu và tìm kiếm một khách hàng mới. Bởi vì bạn đã xây dựng được uy tín cá nhân với khách hàng đã hài lòng với những trải nghiệm mua hàng trước đây.

Bán cho một người được khách hàng giới thiệu dễ hơn 15 lần so với việc bán cho một khách hàng mới. Điều này có nghĩa rằng bạn chỉ mất 1/15 tổng thời gian, tiền bạc và công sức để bán cho một

người được giới thiệu. Lý do là khi bạn nhận được cuộc gọi từ một người nào đó mà bạn đã được giới thiệu, bạn đã nhận được sự tín nhiệm của khách hàng giới thiệu cho bạn. Các khách hàng đã tin tưởng bạn và tin tưởng vào chất lượng của những gì bạn đang bán. Tất cả những gì bạn phải làm là hiểu rõ các nhu cầu cụ thể hoặc vấn đề mà khách hàng đang gặp phải, cho họ thấy rằng sản phẩm hay dịch vụ của bạn sẽ đáp ứng nhu cầu đó hoặc giải quyết vấn đề đó, và yêu cầu đơn đặt hàng.

Bán hàng cho nhóm: thuyết trình nhóm

Nhiều sản phẩm và dịch vụ ngày nay rất phức tạp. Thay vì bán hàng đơn giản, nơi bạn chỉ thuyết phục một người ra quyết định duy nhất và người đó sẽ quyết định mua sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn, bạn thường phải trình bày cho nhiều người cùng một lúc.

Khi bạn phải thực hiện một bài thuyết trình nhóm, cho dù chỉ có một mình bạn hoặc bạn và những người khác trong công ty bạn trình bày với một số người khác, có một số bước mà bạn cần phải trải qua.

Tìm hiểu cách thực hiện quyết định mua hàng

Đầu tiên, xác định cấu trúc trong công ty hoặc tổ chức tiềm năng. Làm thế nào để những quyết định này được thực hiện? Họ đã hành động như thế nào trong quá khứ? Những cân nhắc chính trong việc đưa ra một quyết định mua hàng trong kinh doanh hoặc trong ngành công nghiệp của bạn, cho sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn là gì?

Cũng như mỗi người có một chiến lược mua, các công ty cũng có chiến lược mua của riêng họ. Đôi khi họ muốn nói chuyện với một loạt các nhà cung cấp khác nhau. Một số công ty muốn tăng cường sự tin tưởng và mối quan hệ với một người bán duy nhất và sau đó chỉ đàm phán với người đó. Thường thì các công ty đều muốn gặp gỡ với người bán và cảm thấy anh ta là người phù hợp để đáp ứng nhu cầu của họ. Trong trường hợp nào đi nữa, công việc của bạn vẫn là hỏi cách thực hiện quyết định mua trong tổ chức của họ.

Xác định nhân vật chính

Trước khi thuyết trình trước một nhóm, hãy tìm hiểu xem những người tham gia cuộc họp là những ai. Tìm kiếm tên, chức danh của họ và lĩnh vực họ quan tâm. Thậm chí, hãy gọi cho mỗi người

tham gia và hỏi họ về những gì họ quan tâm nhất và những gì họ muốn đạt được trong cuộc họp.

Hãy nhớ rằng sự chuẩn bị kỹ lưỡng là biểu hiện của sự chuyên nghiệp. Và việc chuẩn bị quan trọng nhất bạn cần làm là tìm ra nhu cầu của những người mà bạn sẽ thuyết trình với họ. Những gì được họ coi là quan trọng nhất trong việc đưa ra hoặc hỗ trợ một quyết định mua hàng trong loại hình này?

Tìm hiểu người ra quyết định cuối cùng

Trong mọi quyết định của nhóm mua, chỉ một người có thể nói có. Tất cả những người khác chỉ nói không. Công việc của bạn là xác định người ra quyết định cuối cùng – một trong những người có thể thực hiện hoặc phá vỡ các quyết định mua hàng. Đôi khi người này sẽ đứng ra đặt nhiều câu hỏi. Đôi khi người này sẽ ngồi yên lặng và cho phép người khác đặt câu hỏi. Nhưng bạn phải biết ai là người ra quyết định cuối cùng và giải thích mọi ý chính trong bài thuyết trình cho người đó.

Khám phá những lợi ích chính

Trong mỗi quyết định mua hàng, có một lợi ích quan trọng hoặc "điểm nóng" mà khách hàng phải được thuyết phục rằng họ sẽ nhận được khi mua hàng.

Bạn nên hỏi ai đó trong công ty – trước khi bạn gặp gỡ với nhóm tham gia cuộc họp – "Cần nói gì để thuyết phục được những người trong công ty quyết định mua sản phẩm hoặc dịch vụ của tôi?"

Khám phá ý phản bác chính

Khám phá các rào cản - trở ngại chính khi thực hiện việc bán hàng. Điều gì có thể giữ khách hàng hay ngăn họ không mua hàng của bạn?

Câu trả lời dựa trên nhu cầu hiện tại, kinh nghiệm trong quá khứ của khách hàng. Nếu bạn có một người bạn trong công ty, bạn có thể yêu cầu "Trở ngại chính khiến cho quyết định mua bị hoãn hoặc trì hoãn là gì?"

Bạn phải có được câu trả lời đó nếu bạn sắp tiến hành việc bán hàng. Bạn phải biết chính xác những gì khách hàng muốn và cần nhất đồng thời, một trong những điều sẽ làm cho họ ngần ngại hay trì hoãn một quyết định mua hàng. Sau đó, bạn phải nhấn mạnh các lợi ích quan trọng, và cách các trở ngại hoặc sợ hãi đó bị

loại bỏ nếu họ tiến hành kinh doanh với bạn.

Trình bày như một nhân viên bán hàng chuyên nghiệp

Khi bạn trình bày với khán giả, đặc biệt là nếu bạn đang cố gắng để mọi người tin tưởng vào kiến nghị của bạn, suy nghĩ về cách làm thế nào bạn có thể áp dụng bảy bước của quá trình bán hàng chuyên nghiệp. Nó sẽ giúp bạn phát huy tính hiệu quả và sự rõ ràng trong các bài thuyết trình của mình.

Xác định nỗi lo ngại của khán giả mà đề xuất của bạn có thể loại bỏ. Xác định các vấn đề của khán giả mà đề xuất của bạn có thể giải quyết. Xác định nhu cầu của khán giả mà đề xuất của bạn có thể đáp ứng hoặc các mục tiêu mà kiến nghị của bạn có thể giúp đạt được.

Xây dựng mối quan hệ và uy tín

Hãy dành một chút thời gian ở đầu bài nói của bạn để thiết lập mối quan hệ và sự tin tưởng. Hãy đặt câu hỏi cho khán giả và đợi họ trả lời. Tỏ ra thân thiện, vui vẻ thể hiện niềm vinh dự khi được đến với khán giả. Điều này sẽ giúp bạn xây dựng mối quan hệ, sự tin tưởng và khiến họ cởi mở hơn với những thông điệp sau đó.

Làm rõ nhu cầu của khách hàng

Giúp khách hàng hiểu rõ nhu cầu của họ. Hãy nhớ rằng nhiều khách hàng triển vọng không nhận ra những nhu cầu tiềm ẩn của họ mà sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn có thể đáp ứng được. Chỉ khi bạn đặt câu hỏi và trình bày họ mới nhận thấy rằng họ muốn và cần những gì bạn đang cung cấp.

Trình bày ý tưởng rõ ràng

Giới thiệu rằng sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn chính là lựa chọn lý tưởng cho khách hàng. Bạn có thể gợi ý rằng có hai hoặc ba cách để đáp ứng các nhu cầu hay giải quyết vấn đề, và sau đó khẳng định đề nghị của bạn là tốt nhất cho nhóm này, tại thời điểm này, sau khi cân nhắc mọi mặt.

Khám phá mối quan tâm của họ

Tự phản bác và nêu lên lo ngại đối với quyết định mua hàng bằng cách nói: “Tại thời điểm này, người ta thường yêu cầu...” và đưa ra một ý phản bác chính hoặc lý do không quyết định mua hàng. Sau đó nói rằng, “Câu hỏi này rất dễ trả lời. Những gì chúng ta cầm

làm để đáp ứng mối quan tâm này là..."

Kêu gọi hành động

Vào cuối buổi, hãy yêu cầu các thành viên trong cuộc họp làm một điều gì đó. Việc kết thúc bài phát biểu không ấn tượng làm cho hiệu quả của buổi nói chuyện giảm đi. Bạn phải đưa ra một tuyên bố mạnh mẽ và yêu cầu mọi người phải làm điều họ có thể sẽ không bao giờ làm nếu không có đề xuất của bạn.

Hành động mà bạn muốn mọi người làm ngay phải được truyền đạt rõ đến họ, cũng như nó phải rõ ràng với khách hàng. Nóivới họ về những gì họ có thể cải thiện được sau khi chấp nhận đề xuất của bạn. Điều này gần giống việc tập trung vào mục đích bán lại cho khách hàng cũ để họ giới thiệu đến các khách hàng mới.

Cuối cùng, người ta chỉ thay đổi bởi vì họ cảm thấy họ sẽ cải thiện tốt hơn so với trước đó. Vì vậy, phần kết của bạn nên nhấn mạnh vào những điều tốt hơn mà khán giả có thể nhận được sau khi chấp nhận lời khuyên của bạn.

Kết luận

Mỗi cuộc trò chuyện theo một cách nào đó cũng là một bài thuyết trình bán hàng, và giống như cơ hội nói trước công chúng, mỗi bài thuyết trình bán hàng là một nỗ lực để thuyết phục mọi người hành động khác đi so với khi không có đề xuất của bạn. Khi bạn nắm vững các kỹ năng thuyết trình bán hàng, bạn sẽ vững bước trên con đường trở thành một trong 10% nhân viên bán hàng tốt nhất trong lĩnh vực của bạn.